SOCIALE

Nicolas Guéguen

Psychologie de la manipulation et de la soumission



DUNOD

Psychologie
de la manipulation
et de la soumission

P S Y C H O   S U P

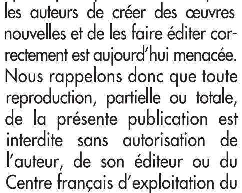
Psychologie de la manipulation et de la soumission

Nicolas Guéguen

DUNOD

Série « Cours et exercices »
dirigée par Alain Lieury

G. Besançon *et al., Manuel de psychopathologie*
G. Besançon *et al., Exercices & QCM de psychopathologie*
A. Cerclé, A. Somat, *Psychologie sociale. Cours et exercices,* 2e édition
N. Guéguen, *Statistique pour psychologues. Cours et exercices,* 3e édition
M. Huteau, *Psychologie différentielle. Cours et exercices,* 3e édition
J. Joly, D. Boujard, *Biologie pour psychologues. Cours et exercices,* 3e édition
H. Lehalle, D. Mellier, *Psychologie du développement. Enfance et adolescence. Cours et exercices,* 2e édition
A. Lieury, *Psychologie cognitive. Cours et exercices,* 4e édition





ISBN 2 10 048835 X

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION

Voici huit questions tests :

1. Pensez-vous que vous accepteriez d’expédier des chocs électriques de 450 volts à une personne qui ne vous a rien fait, simplement parce qu’elle vient de commettre une erreur dans l’apprentissage d’une liste de mots ?

2. Pensez-vous que vous accepteriez de continuer une expérience d’écoute d’ultrasons au risque de perdre l’ouïe ?

3. Pensez-vous que des infirmières accepteraient d’administrer à des patients dont elles ont la responsabilité un médicament à un niveau de dosage réputé dangereux simplement parce qu’une personne qu’elles ne connaissent pas, se prétendant médecin, leur en donne l’ordre par téléphone ?

4. Pensez-vous que vous accepteriez facilement d’accompagner samedi prochain des jeunes délinquants au zoo parce qu’un inconnu vous en a fait la demande ?

5. Pensez-vous que de gros fumeurs accepteraient de se priver de tabac pendant dix-huit heures en contrepartie d’une rétribution ridicule ?

6. Pensez-vous que vous allez acheter plus favorablement un produit dans un magasin simplement parce qu’un démonstrateur posté à l’entrée vous a touché fugitivement le bras ou l’épaule ?

7. Pensez-vous que vous accepterez d’autant plus facilement de répondre à un questionnaire que l’enquêteur porte une cravate ?

8. Pensez-vous que vous allez vous arrêter pour prendre cet auto-stoppeur qui vous regarde fixement dans les yeux ?

À toutes ces questions, vous allez, comme tout un chacun, vraisemblablement répondre « non », définitivement « non ». Ne croyez pas si bien dire. La recherche en psychologie sociale montre, aujourd'hui, à travers une incroyable densité et diversité d'expériences menées dans la rue, dans des magasins mais aussi dans des contextes organisationnels ordinaires que nos comportements ne sont pas toujours sous notre contrôle et que, à notre insu, nous sommes quotidiennement manipulés par des facteurs d'influence qui nous paraissent tellement anodins que nous n'envisageons pas, à aucun moment, qu'ils puissent nous conduire à faire quelque chose que nous n'aurions jamais fait spontanément. De plus, ces techniques de manipulation sont souvent tellement anodines et utilisées de manière tellement automatique, que nous n'imaginons absolument pas que nous les utilisons pour influencer autrui. Pourtant, une analyse critique de vos comportements sociaux confrontés aux procédures d'influence que vous découvrirez dans cet ouvrage vous permettra de voir que vous avez déjà utilisé certaines d'entre elles pour influencer autrui.

Cet ouvrage a pour objectif de faire le point sur ces techniques psychosociales de l'influence du comportement. Tout au long de ce travail, nous tenterons de présenter les expériences qui mettent en évidence la facilité avec laquelle nous pouvons être manipulés. Beaucoup de ces recherches ont été conduites dans des pays anglo-saxons mais nous verrons que le large recours à des travaux personnels atteste de leur caractère transculturel. Nous essayerons également, à travers les recherches conduites dans ce domaine, d'expliquer les mécanismes psychologiques qui font que nous nous laissons manipuler.

J'espère, pour ma part, que ce livre vous permettra de comprendre comment s'exercent, mentalement, l'influence et la manipulation dans notre vie quotidienne et que l'évocation de toutes ces méthodes et techniques vous permettra d'en déjouer la pernicieuse efficacité lorsqu'elles sont utilisées pour vous faire accomplir un acte non attendu de votre part. Nous verrons, en outre, que ces techniques ont un versant positif et négatif en ce sens qu'une même technique peut avoir un caractère amoral (faire perdre du temps à autrui, lui extorquer de l'argent, lui faire acheter des choses) mais peut également posséder un caractère plus moral, plus utile pour la société ou un individu (faire prendre confiance à un élève, conduire des personnes à trier leurs ordures, à économiser de l'énergie, etc.). Dans la mesure du possible, l'ensemble de ces aspects sera évoqué pour faire prendre conscience de la force de ces techniques et de la variété des registres comportementaux qu'elles sont susceptibles d'affecter. Si vous veniez à les utiliser (et vous verrez que vous en avez déjà utilisé certaines), vous verriez que le caractère moral *versus* non moral de cette technique ne réside pas dans la technique elle-même mais bien dans la nature du comportement que l'on entend extorquer à la personne à laquelle on applique cette technique. Pour faire de bons citoyens de nos enfants, pour préserver la nature, favoriser l'insertion de

personnes en difficulté, nous utilisons les mêmes méthodes que pour fabriquer des soldats zélés, nous faire réaliser des achats non anticipés ou nous faire perdre notre temps. Vous verrez, en outre, que ces techniques d’influence sont certainement fortement liées à l’avancée des sociétés démocratiques car elles possèdent toutes un point commun : la personne auprès de laquelle on applique l’une ou l’autre de ces techniques est entièrement libre de faire ce qu’elle veut.

Chapitre 1

LA SOUMISSION À L'AUTORITÉ : L'OBÉISSANCE À MOINDRE COÛT

> J'observai un homme d'affaires équilibré et sûr de lui entrer dans le laboratoire, souriant et confiant. En moins de vingt minutes il fut réduit à l'état de loque parcourue de tics, au bord de la crise de nerfs. Il tirait sans arrêt sur le lobe de ses oreilles et se tordait les mains. À un moment il posa sa tête sur son poing et murmura : « Oh mon Dieu, faites qu'on arrête ! » Et pourtant il continua à exécuter toutes les instructions de l'expérimentateur et obéit jusqu'à la fin.
>
> (Milgram, 1963, p. 377).

Jusqu'où l'obéissance de l'homme peut-elle le conduire ? Les récits des exactions commises par des soldats au demeurant bons fils, bons pères de famille, maris doux et prévenants peuvent surprendre le genre humain par leur sauvagerie apparente. Il en va de même de l'absence totale de sentiment exhibée par des jeunes soldats, qui avant de vivre une situation de conflit, n'avaient commis aucune exaction, aucun acte violent à l'égard d'autrui. Alors, y a-t-il une sauvagerie, une perversion latente chez l'homme ou alors sont-ce les circonstances qui expliquent nos actes ?

La question de l'obéissance et des mécanismes psychologiques qui l'expliquent interroge depuis longtemps les chercheurs en psychologie sociale. Déjà en 1924, Landis, dans le cadre de recherches sur les réactions émotionnelles, parvint à faire décapiter des rats vivants par 71 % de ses sujets ou à laisser les moins obéissants assister à la scène alors que la décapitation était faite par l'expérimentateur. Cela montrait bien que l'autorité de l'expérimentateur était suffisante pour vaincre la résistance des sujets.

Toutefois, malgré l'intérêt de ce type de recherches, le registre des comportements étudiés était loin d'être hautement problématique pour les sujets. Dans cette perspective, les travaux les plus importants sont, sans conteste, ceux qui ont tenté de voir jusqu'où une autorité purement symbolique pouvait nous conduire. Les travaux que nous présentons dans ce chapitre portent uniquement sur des actes problématiques, contraires à la plupart des intérêts moraux que possèdent les gens. Leur portée heuristique est incontestable dans le champ des sciences humaines et sociales dans la mesure où ces

recherches ont permis de mettre en évidence le poids écrasant du contexte dans lequel un individu est amené à agir. Bien entendu, nous ne contestons pas que des facteurs individuels interviennent dans la production de comportements problématiques commis par des êtres humains. Néanmoins, quand il s'agit d'actes conduisant à faire souffrir physiquement ou psychologiquement quelqu'un d'autre et que ceux-ci sont commis par des gens ordinaires, d'apparence paisible, travailleurs, pères de familles et conjoints sans reproches, on est obligé d'admettre que nos fonctionnements éducatifs, institutionnels et organisationnels portent en eux des caractéristiques qui permettent d'obtenir d'autrui des actes que, pourtant, cette éducation et ces structures réprouvent.

1 LE PARADIGME DE MILGRAM : ÊTRE CONTRAINT À LA VIOLENCE PAR SIMPLE OBÉISSANCE

En psychologie en particulier et en sciences humaines en général, la recherche sur la soumission à une autorité est indissociablement liée aux travaux d'un chercheur américain : Stanley Milgram. L'importance des travaux de ce chercheur est telle que ses premières expériences, qui ont été publiées il y a près de quarante ans, ont, encore et toujours, une portée scientifique comme peu de travaux dans ces disciplines peuvent en avoir. Les résultats obtenus et le caractère profondément dramatique et extrême du comportement étudié par ce chercheur ne sont pas étrangers à cette notoriété. Ces travaux restent d'actualité et certainement pour de nombreuses décennies. Chez les chercheurs en psychologie sociale, ces recherches restent encore fécondes et donnent lieux à de nombreux travaux. En 1995, un numéro spécial de la célèbre revue *Journal of Social Issues* (1995, vol. 51, n° 3) a été consacré aux expériences de Milgram en en faisant la synthèse, en mesurant ses apports et en présentant des travaux nouveaux destinés à accroître la connaissance scientifique sur un tel phénomène. Un ouvrage récent de Blass (1999*a*) montre que de nombreux chercheurs se préoccupent de cette question et que la riche contribution scientifique de Milgram suscite encore des travaux féconds. Ces travaux sont toujours référencés et publiés dans des ouvrages ou des revues autres que celles de psychologie. La médecine, l'histoire, l'économie, la sociologie et la philosophie font très souvent référence aux travaux de Milgram (Blass, 1999*b*). Enfin, notons que ces résultats continuent à fasciner les médias et l'opinion publique puisque des articles citant ces travaux sont régulièrement publiés (French, 1997) tout comme les fictions ou documentaires qui en font référence ou qui présentent des extraits des enregistrements vidéos que Milgram a réalisés dans son laboratoire. Il

convenait donc que le premier chapitre de cet ouvrage consacré à la manipulation et à la soumission commence par la présentation de ces travaux et par la synthèse et les apports les plus importants des chercheurs en psychologie ayant travaillé sur la soumission à l'autorité. En effet, si on peut obtenir un tel comportement de la part de tant de personnes aux caractéristiques sociales aussi ordinaires que celles que possèdent tous les sujets qui ont participé aux expériences relatées ci-dessous, alors cela veut dire qu'il y a certainement peu de comportements de l'être humain qui ne puissent être contrôlés, activés ou engendrés par l'influence d'autrui.

1.1 L'expérience princeps

La première recherche de Stanley Milgram conduite à l'université de Yale et publiée en 1963 dans le *Journal of Abnormal and Social Psychology* illustre le point de départ des travaux expérimentaux sur la soumission à l'autorité. La plupart des recherches qui seront conduites par la suite par Stanley Milgram, mais également par d'autres chercheurs en psychologie sociale, s'inspireront très fortement de la méthodologie employée dans cette première expérience. Aussi, afin de la restituer le plus fidèlement possible, nous l'avons détaillée. Si certains lecteurs souhaitent une description plus réaliste de cette expérience, ils pourront la trouver dans un film français (*I comme Icare* d'Henri Verneuil) qui, bien qu'étant une fiction, restitue parfaitement l'esprit théorique et méthodologique des expériences de Milgram.

En ce qui concerne la première recherche publiée par Stanley Milgram, la procédure utilisée était la suivante.

■ *Les sujets de l'expérience*

L'échantillon de sujets était constitué de quarante hommes (20 % âgés entre 20-29 ans, 40 % entre 30-39 ans et 40 % entre 40-50 ans) de niveaux scolaires très contrastés (école élémentaire jusqu'au doctorat), de professions également très contrastées (vendeurs, enseignants du secondaire, employés de poste, ingénieurs, ouvriers) et répondant à une annonce parue dans la presse locale invitant à participer à une recherche sur la mémoire à l'université de Yale pour laquelle une rétribution de 4,50 dollars était proposée. Dans cet article, il n'était pas fait mention, en aucune façon, qu'il s'agirait d'envoyer des décharges électriques à autrui pour tester l'effet de cette forme de punition sur la mémoire.

■ *L'accueil des sujets*

L'expérience se déroulait dans un élégant laboratoire de l'université de Yale afin de rendre légitime l'expérience. Deux personnages jouaient un rôle bien

défini : l’expérimentateur, âgé de 31 ans, enseignant en biologie, l’air impassible et parfois sévère qui devait tenir le rôle de l’autorité scientifique dans l’expérience et un compère, âgé de 47 ans, l’air aimable et avenant qui devait tenir le rôle de la victime.

Le sujet, qui avait pris rendez-vous pour participer à l’expérience après avoir lu l’article dans la presse, se présentait au lieu de rendez-vous et patientait dans une salle d’attente. Quelques secondes après, le compère entrait et se présentait également comme sujet de l’expérience. L’expérimentateur entrait alors dans la salle, saluait le sujet et le compère et les informait qu’ils allaient participer à une expérience sur l’effet de la punition sur l’apprentissage chez l’être humain. Il rajoutait que, comme il n’y avait pas encore eu de recherches de ce type, on ignorait tout de l’effet de la punition (positif ou négatif ?). L’expérimentateur leur expliquait ensuite qu’il faisait cette expérience auprès des adultes et que certains devaient prendre la place d’un professeur et d’autres celle de l’élève. Il proposait alors de tirer l’un et l’autre de ces rôles au sort. À l’aide de deux papiers mis dans un chapeau, on pouvait désigner l’une et l’autre de ces fonctions aux deux « sujets présents ». Bien entendu, le tirage était truqué de manière à ce que le sujet se retrouve toujours à occuper le rôle de professeur (les deux papiers contenus dans le chapeau contenaient tous les deux la mention « professeur » et le sujet tirait le papier le premier). Après le tirage, le sujet et le compère étaient conduits dans une pièce adjacente dans laquelle se trouvait une chaise électrique. Le compère était attaché sur cette chaise afin, comme le mentionnait l’expérimentateur, « *d’éviter tout mouvement excessif durant un choc* ». Compte tenu de l’attache, il était impossible au compère-élève de se dégager de la chaise. Une électrode était ensuite placée sur son poignet ainsi qu’une crème « *destinée à éviter les brûlures* ». L’expérimentateur expliquait alors au sujet qui assistait à toute cette mise en scène que l’électrode était reliée à un générateur électrique situé dans la pièce à côté. Il rajoutait que même si les chocs pouvaient être extrêmement douloureux, ils ne pouvaient pas causer de dommages corporels durables.

■ *La salle d’apprentissage*

Une fois terminée cette tâche, l’expérimentateur et le sujet laissaient le compère-élève et se rendaient dans une salle adjacente. L’expérimentateur expliquait au sujet que sa tâche consistait à faire apprendre à l’élève une liste de mots associés. Le sujet devait lire, à l’aide d’un micro, une série complète de paires de mots à l’élève puis il lisait un mot de la paire accompagné de quatre autres mots. L’élève devait désigner celui, parmi ces quatre mots, qui correspondait au mot manquant de la paire. Pour ce faire, il devait communiquer sa réponse à l’aide de quatre touches placées devant lui et le sujet recevait la réponse devant un tableau lumineux placé en haut du générateur de chocs.

■ *La machine à expédier les chocs*

Ce générateur était constitué de trente curseurs placés horizontalement et chaque curseur était accompagné d'une mention correspondant au voltage émis. Les chocs allaient de 15 à 450 volts par pas de progression de 15 volts. Des commentaires apparaissaient également sous les curseurs et variaient par groupe de quatre curseurs. Ces commentaires correspondaient à des adjectifs traduisant l'importance du choc délivré (choc léger, choc moyen, etc., choc très intense, danger : choc violent, et XXX pour les deux derniers curseurs). Pour rendre tout cela crédible, l'activation d'un curseur s'accompagnait de bruits de bourdonnement électrique, de crépitements, de lumière bleue et des témoins lumineux ainsi que des vumètres s'allumaient. De plus, un test à 45 volts était pratiqué sur le sujet afin qu'il puisse évaluer l'intensité de celui-ci (troisième curseur sur trente).

L'expérimentateur demandait au sujet d'administrer un choc à l'élève chaque fois que celui-ci commettait une erreur d'appariement. Il informait également le sujet que l'intensité du choc devait augmenter au fur et à mesure que l'élève commettait des erreurs. Il rajoutait que le sujet devait annoncer à haute voix le voltage correspondant au curseur qu'il activait avant d'administrer le choc.

■ *Les ordres de l'autorité*

Une phase de familiarisation avec la tâche de lecture et d'apprentissage avait lieu puis l'expérience proprement dite commençait. Une première série de dix mots était employée durant laquelle l'élève « commettait » sept erreurs et recevait un choc maximal de 105 volts (choc moyen). Puis, l'expérimentateur donnait une seconde liste au sujet et l'informait que lorsqu'il arriverait à la fin, il devait recommencer et délivrer des chocs électriques jusqu'à ce que l'élève ait appris les dix paires sans erreur. Il rajoutait que le sujet devait partir de 15 volts et augmenter le voltage d'un pas à chaque fois que l'élève commettrait une erreur.

L'expérience proprement dite débutait alors et l'élève (qui ne recevait bien évidemment aucun choc) commettait des erreurs selon une procédure préalablement mise au point et apprise. Comme il y avait un isolement acoustique entre la salle de l'élève et celle du professeur, le sujet n'entendait pas les « protestations » normalement attendues de l'élève. Toutefois, à partir de 300 volts, on pouvait entendre l'élève remuer sur sa chaise et marteler le sol. À partir de ce seuil, aucun retour de réponse n'apparaissait sur le panneau lumineux. Comme le sujet demandait ce qu'il fallait faire, l'expérimentateur lui disait qu'il fallait considérer l'absence de réponse comme une mauvaise réponse et continuer en délivrant un choc d'un niveau d'intensité supplémentaire. Après 315 volts, aucun bruit ne parvenait de la salle de l'élève ni aucune autre réponse n'était donnée.

Comme le sujet finissait par se retourner vers l'expérimentateur pour savoir ce qu'il devait faire, celui-ci fournissait alors une réponse standardisée correspondant à un protocole de justifications préparées à l'avance. Ce protocole comprenait quatre niveaux de réponse :

1. Continuez ! ! !
2. L'expérience exige que vous continuiez ! ! !
3. Il est indispensable que vous continuiez ! ! !
4. Vous n'avez pas d'autre choix, vous devez continuer ! ! !

Les justifications étaient faites en séquence. Chaque nouvelle hésitation ou interrogation de l'expérimentateur par le sujet entraînait la reprise de cette séquence à son début. Si le sujet ne reprenait pas le déroulement de sa tâche après chaque justification de l'expérimentateur, ce dernier passait à la justification de niveau supérieur. Si le sujet ne reprenait pas sa tâche après le quatrième niveau de justification, l'expérience s'arrêtait. D'autres remarques étaient également prévues à l'avance en fonction du type d'interrogation du sujet. Ainsi, lorsque le sujet demandait quels étaient les risques encourus par l'élève, l'expérimentateur lui rétorquait que même si les chocs pouvaient être extrêmement douloureux, ils ne pouvaient pas causer de dommages corporels durables. Si le sujet prétendait que l'élève ne souhaitait certainement pas aller plus loin, l'expérimentateur lui disait que, même si cela ne plaisait pas à l'élève, il fallait continuer jusqu'à ce que l'élève ait appris sa liste de mots correctement. Dans les deux cas, l'expérimentateur disait au sujet de continuer puis reprenait la séquence des justifications si nécessaire.

Le niveau de choc maximum administré (entre 0 et 30 selon le curseur activé) par le sujet était pris comme mesure principale de l'obéissance du sujet. Seul un sujet qui allait jusqu'au bout (dernier et trentième curseur) était qualifié d'obéissant. La passation était enregistrée et des photos étaient prises à l'aide d'une glace sans tain. Dans certains cas, le comportement du professeur a été évalué par la méthode des juges (plusieurs observateurs). Après la fin de l'expérience, le sujet était interviewé et répondait à un questionnaire comprenant des mesures d'attitudes, des mesures projectives et différentes questions à réponses ouvertes ou fermées.

■ *Les résultats*

Les résultats qui furent obtenus dans cette première expérience bouleversèrent les chercheurs et l'opinion publique. Jugez plutôt ! Sur quarante hommes appartenant à toutes les catégories socioprofessionnelles et volontaires pour donner de leur temps pour la science et la connaissance sur la mémoire humaine :

– tous les sujets ont été jusqu'à 285 volts (avant-dernier curseur de la catégorie choc intense) ;

– 12,5 % des sujets se sont arrêtés à 300 volts (dernier curseur de la catégorie choc intense et moment où on entendait l'élève remuer sur sa chaise et marteler le sol) ;

– 20 % des sujets se sont arrêtés entre 315 et 360 volts (dernier curseur de la catégorie choc extrêmement intense) et notamment la moitié de ceux-ci ont arrêté à 315 volts (après que l'on n'a plus entendu l'élève) ;

– seul un sujet s'est arrêté entre 375 et 420 volts (catégorie danger : choc violent) ;

– les 65 % restants ont été jusqu'au bout (435 et 450 volts catégorie mentionnée XXX).

On comprend que ces résultats en aient abasourdi plus d'un et aient fait couler autant d'encre. 65 % des sujets ont administré à une personne qui ne leur avait rien fait un choc électrique d'une intensité de 450 volts, et ce, après lui avoir administré d'autres chocs électriques d'intensité croissante, simplement parce que cette personne avait mal mémorisé une liste de mots.

Afin de mieux se rendre compte du comportement des sujets tout au long du déroulement de l'expérience, nous présentons dans la figure 1.1 ci-dessous, la courbe d'obéissance au fur et à mesure de l'augmentation des chocs à administrer.

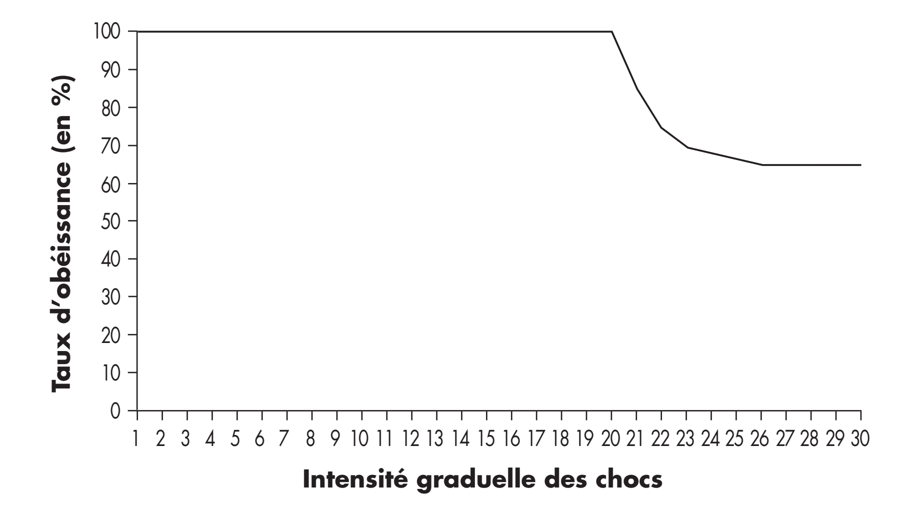


Figure 1.1

Courbe d'obéissance en condition de base dans le paradigme de Milgram

Les résultats sont intéressants sous cette forme car ils montrent que pendant un long moment, les sujets ont unanimement obéi aux injonctions de l'expérimentateur. Tous les sujets ont donc administré un choc électrique plus de deux fois supérieur à la tension des lignes de sortie domestique qu'ils connaissent parfaitement. Finalement, ce n'est qu'à partir du vingtième curseur (300 volts) que des rébellions ont eu lieu et que certains sujets ont désobéi. La survenue d'un tel comportement, à ce stade, n'est pas purement incidente car on doit se souvenir que c'est à cet instant que l'élève, que l'on n'entendait pas jusqu'à présent, se mettait à remuer sur sa chaise et à marteler le sol. Par la suite, d'autres ont désobéi et notamment, parce que, à partir de ce seuil, aucun retour de réponse n'apparaissait sur le panneau lumineux du professeur qui permettait d'apprécier si la réponse était correcte ou non.

1.2 Tout le monde à près de 300 volts, 65 % à 450 volts : tous des tortionnaires ?

D'aucuns, sur la base de ces résultats, vous diront qu'ils ne sont pas étonnés, que l'homme est ainsi, que toute son histoire est jalonnée d'actes de barbarie, qu'il y a en nous des instincts sanguinaires, que nos sociétés modernes et la montée grandissante de l'individualisme n'ont rien changé à ce comportement barbare, etc. Sans remettre en question de telles analyses et sans vouloir non plus polémiquer à leur sujet, on se doit d'admettre qu'on ne peut aller aussi loin dans l'interprétation des résultats sur la base d'une seule expérience. Si, comme on le verra, Milgram et d'autres répliqueront largement ces résultats, on ne peut, sur le simple constat de ces taux d'obéissance obtenus ici, admettre, sans retenue, les explications avancées ci-dessus pour expliquer un tel comportement. Avant de les admettre, il faut tenter, de manière rigoureusement scientifique, d'en évaluer le bien-fondé. En effet, comme dans toute bonne recherche, il manque un groupe contrôle : un groupe où les sujets seraient libres de torturer ou de ne pas torturer autrui. Or, Milgram a eu la précaution, justement, d'étudier un groupe de sujets auquel on laissait la possibilité de choisir le niveau de choc à administrer à la victime et où, bien entendu, l'autorité ne l'obligeait pas à continuer.

Les résultats qui ont été obtenus sont présentés dans la figure 1.2 ci-contre pour chaque niveau de choc. Afin de comparer avec la situation antérieure, nous avons également repris la courbe d'obéissance présentée ci-dessus.

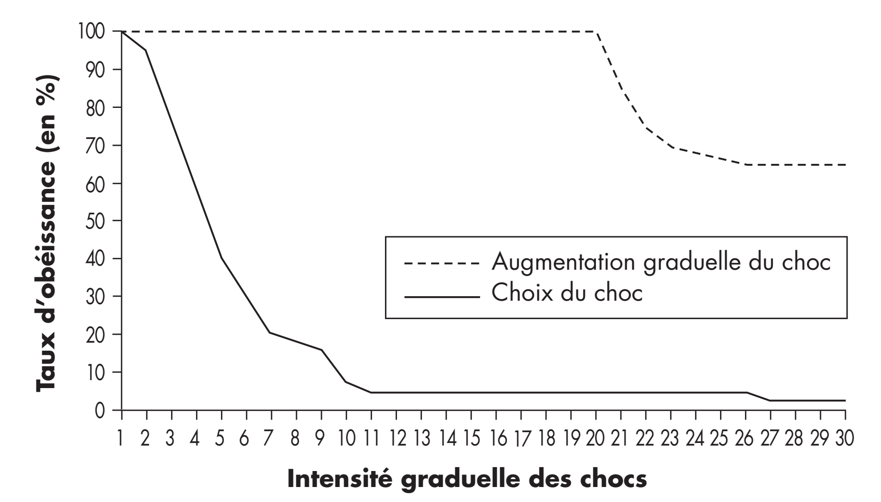


Figure 1.2

Courbe d'obéissance selon que le sujet devait augmenter l'intensité des chocs ou avait le choix de celle-ci

Les résultats parlent d'eux-mêmes ici. Lorsqu'ils ont le choix, 80 % des sujets ne vont pas au-delà de 120 volts. Au final, seule une personne sur quarante a utilisé le dernier curseur. Même si un tel comportement nous terrifie, nous sommes loin des chiffres précédents. Il semble donc que nous ne sommes pas tous des tortionnaires spontanés mais, pour peu que nous nous retrouvions dans une situation d'autorité, nous pouvons le devenir.

1.3 Les réplications interculturelles et générationnelles : une universalité de l'obéissance ?

1.3.1 L'universalité de l'obéissance à l'autorité : analyse des facteurs culturels

On se doute que les résultats de Milgram ont eu un impact considérable dans les médias mais également dans la communauté scientifique internationale. Tout naturellement, des hypothèses ont été faites pour expliquer ces premiers résultats de Milgram et, parmi elles, des interprétations culturelles ont été avancées. Mantell (1971) a avancé l'idée que les États-Unis sortaient d'un contexte de guerre avec les pays asiatiques au moment où Milgram a effectué son expérience. Cela pourrait expliquer ces résultats et il s'attendait à des taux plus faibles d'obéissance dans un pays comme le sien (Allemagne de l'Ouest) qui connaissait la paix depuis 25 ans. D'autres hypothèses portant sur le degré d'individualisme des Américains ont été également invoquées

par d'autres chercheurs (Shanab et Yahya, 1977) qui s'attendaient – on peut le deviner, de manière sous-jacente – à moins de soumission chez eux. Aussi, dans plusieurs pays, le paradigme expérimental de Milgram a été répliqué. Les résultats obtenus sont synthétisés dans le tableau 1.1 ci-dessous.

Recherche	Pays	Taux d'obéissance (en %)
Ancona et Pareyson (1968)	Italie	85.0
Edwards,Franks, Friedgood, Lobban et Mackay (1969)	Afrique du Sud	87.5
Mantell (1971)	Allemagne de l'Ouest	85.0
Kilham et Mann (1974)	Australie	54.0
Shanab et Yahya (1977)	Jordanie	73.0
Shanab et Yahya (1978)	Jordanie	62.5
Miranda, Caballeor, Gomez et Zamorano (1980)	Espagne	50.0
Schurz (1985)	Autriche	80.0

Tableau 1.1
Taux moyen d'obéissance dans la condition de base, obtenu dans les différentes réplications du paradigme de Milgram réalisées en dehors des États-Unis

Comme on peut le voir, les résultats sont extrêmement élevés et la moyenne qui se situe à 72.1 % est proche des résultats obtenus par Milgram. On notera que l'écart type est faible (15 %). Dans la mesure où ces recherches ont été faites dans des pays à culture parfois très contrastée et à des périodes qui s'étalent sur plus de vingt ans à partir du moment où Milgram a réalisé ses premières publications, on est en droit d'admettre qu'il y a une propension, sinon universelle, tout au moins intercontinentale et interculturelle à obéir, même pour commettre des actes contraires à sa morale. En outre, une analyse récente conduite par Blass (1999*b*) et intégrant d'autres données que celles présentées dans ce tableau montre qu'il n'y a pas de corrélation entre les taux de soumission et les périodes auxquelles ces recherches ont été réalisées : le taux d'obéissance semble invariant depuis que ces résultats ont été mis en évidence.

1.3.2 L'obéissance à tout âge : si jeune et déjà si obéissant !

Nous avons vu précédemment qu'il semble y avoir de bien faibles différences culturelles dans les taux de soumission à l'autorité. Pour autant, rien ne permet de penser que d'autres variables n'influencent pas ce taux. Deux chercheurs ont, pour leur part, tenté d'apprécier l'impact de l'âge afin d'étudier la soumission dans une perspective développementale. En effet, les recherches présentées précédemment impliquaient toutes des adultes jeunes ou moins jeunes et ne permettaient pas d'étudier l'effet éventuel d'un apprentissage social de l'obéissance à l'autorité. Pour cette raison, Shanab et Yahya (1977) ont testé le paradigme de l'obéissance à l'autorité de Milgram avec de jeunes enfants et des adolescents. À notre connaissance, ce sont les seuls chercheurs à avoir utilisé des sujets aussi jeunes dans le cadre d'une telle expérimentation.

Leur expérience a été réalisée en Jordanie et impliquait 96 garçons et 96 filles répartis à parité dans trois groupes d'âge : 6-8 ans ; 10-12 ans ; 14-16 ans. La procédure était sensiblement la même que celle utilisée initialement par Milgram. Ici, la source d'autorité était représentée dans tous les cas par une femme, tandis que le rôle du compère-élève était assuré par une jeune fille de 16 ans lorsque le sujet-professeur était de sexe féminin et par un garçon, selon le cas âgé de 11, 13 ou 15 ans lorsque le sujet-professeur était de sexe masculin. Pour le reste, la procédure était identique à celle de Milgram (phase de sélection des rôles entre le professeur et l'élève, phase de familiarisation, injonctions de l'autorité, etc.). Le matériel utilisé était sensiblement le même avec une petite différence concernant la mention placée sous les trois derniers curseurs. Au lieu des traditionnels XXX, trois têtes de mort étaient représentées. De plus, la machine disposait de vingt curseurs mais aucune indication du voltage administré n'était mentionnée sur l'appareil. Ici aussi, le compère-professeur se retrouvait dans une salle adjacente mais était entendu du sujet-professeur et de l'expérimentateur qui se trouvaient dans une autre pièce. Les réactions au choc du compère-élève étaient enregistrées et diffusées au moment opportun : on l'entendait crier, pleurer, supplier. Après le seizième curseur, aucune réaction de la part du compère-élève ne parvenait au sujet-professeur. Une condition contrôle où le sujet-professeur pouvait choisir librement d'administrer un choc électrique au compère-élève avait été introduite.

Contrairement au mode d'évaluation du taux de soumission utilisé par Milgram, Shanab et Yahya ont retenu, comme indicateur de l'obéissance totale, toute situation où un sujet allait au moins au quatorzième curseur, c'est-à-dire lorsque le choc était mentionné sur la machine comme dangereux et où les protestations du compère-élève étaient les plus importantes. Les résultats obtenus chez les garçons et les filles, en situation expérimentale (injonction d'augmenter graduellement le niveau des chocs) et contrôle (choix du niveau des chocs), sont présentés dans le tableau 1.2 ci-après.

6-8 ans				10-12 ans				14-16 ans			
Garçons		Filles		Garçons		Filles		Garçons		Filles	
E	C	E	C	E	C	E	C	E	C	E	C
75.0	25.0	87.5	31.3	93.8	31.3	93.8	31.3	75.0	31.3	87.5	31.3

Tableau 1.2
Pourcentage de sujets ayant été au-delà du quatorzième curseur
(E = expérimental et C = contrôle)

On peut voir, comme dans le cas des recherches menées auprès des adultes, que le taux de soumission est extrêmement élevé. En outre, il apparaît bien plus élevé en condition expérimentale que lorsque le sujet est libre ou pas d'administrer le choc. On peut voir que les taux sont sensiblement identiques selon l'âge et qu'il n'y a pas, malgré les apparences, de différences statistiques entre les garçons et les filles. On notera toutefois des différences entre garçons et filles dans les justifications à l'obéissance évaluées lors du débriefing des sujets. En effet, les filles, dans 69 % des cas, ont invoqué des raisons impliquant la soumission à l'autorité (« *on m'a obligé à faire cela* », « *on m'a dit de faire cela alors je l'ai fait* », etc.) contre 40 % chez les garçons. Dans le même temps, 60 % des garçons ont invoqué des causes rationalisant l'utilité de la punition dans l'apprentissage (« *la punition est nécessaire pour apprendre* », « *il* (le compère-élève) *faisait des erreurs, apprenait mal* », etc.) contre 31 % chez les filles.

Ces résultats, bien que terrifiants au regard des règles de déontologie de la recherche scientifique en psychologie, semblent donc montrer que l'âge n'est pas une variable qui influence la soumission à l'autorité. On constate également que la soumission s'observe très tôt. En ce qui concerne la condition contrôle, le taux de soumission apparaît ici élevé mais il faut néanmoins le relativiser dans la mesure où on considérait comme obéissant tout sujet atteignant le 14e curseur. Si on regarde les moyennes des groupes, en fait, les sujets ne sont pas allés au-delà du premier tiers de la puissance possible. Ramené aux tensions utilisées par Milgram, cela correspond à 150 volts. Or, de fait, cette valeur n'est que légèrement supérieure à celle obtenue par Milgram avec son groupe contrôle.

Encore une fois, certains ne s'étonneront pas de ces résultats notamment avec des enfants et pourront invoquer leur niveau d'inconscience comme cause possible de leur comportement d'obéissance. Si une telle justification est vraie, il est douteux, toutefois, qu'elle explique les résultats observés ici. D'une part, on expliquerait mal les différences aussi énormes observées entre la condition contrôle et la condition expérimentale. D'autre part, des travaux de psychologie du développement et de psychologie de l'enfant ont

montré que, très tôt, les enfants sont en mesure de discerner une autorité légitime. Ainsi, Laupa (1994) a montré que, dès quatre ans, l'enfant est capable de discerner entre deux adultes celui qui, dans un contexte donné, a l'autorité légitime pour lui demander de faire telle ou telle chose. Ils sont même, à cet âge, capable d'admettre le principe d'une délégation temporaire de l'autorité accordée par cet adulte légitime à un de leurs pairs. La précocité de l'intégration de ce trait dominant de nos sociétés pourrait donc expliquer pourquoi il n'y a pas eu de différence selon les groupes d'âges des enfants dans l'expérience de Shanab et Yahya (1977). Le caractère de légitimité de l'autorité est acquis et la soumission à ses injonctions aussi.

1.3.3 Variables démographiques et sociologiques : tous pareils ?

Un des aspects qui peut sembler important dans les recherches en sciences humaines et sociales est la caractéristique démographique et/ou sociologique des personnes qui sont étudiées. Tout naturellement, certaines de ces caractéristiques les plus importantes ont été étudiées par Milgram et par d'autres. La principale concerne le niveau d'éducation et la catégorie socioprofessionnelle. Il est à noter que Milgram a toujours pris un soin particulier à contrôler cette variable. En effet, parmi les gens qui étaient volontaires pour participer à une étude scientifique sur la mémoire – nous rappelons que l'annonce parue dans la presse ne spécifiait que cela et rien d'autre – l'ensemble des CSP était représenté et de nombreuses professions, des plus ordinaires (infirmière, travailleur social, plombier, soudeur, professeur, ingénieur, instituteur, cadre de banque, etc.), étaient présentes. Les résultats répliqués de nombreuses fois montreront une équivalence quasi totale du comportement de ces sujets. D'autres recherches menées ultérieurement confirmeront les mêmes effets avec des étudiants en psychologie, sociologie et sciences. Il semble établi, chez les chercheurs travaillant sur l'autorité, que la catégorie socioprofessionnelle et le niveau d'éducation (qui est fortement lié à la CSP) n'ont pas de lien avec la soumission à l'autorité dans le cadre du paradigme de Milgram.

Un autre facteur qui a été étudié est le genre des sujets. Là encore, plusieurs expériences comparatives du comportement des hommes et des femmes existent dans la littérature. Dans la figure 1.3 ci-après, nous présentons les courbes d'obéissance pour chaque niveau de choc dans une condition dite de feed-back vocal (voir plus loin proximité de la victime) où le sujet ne voyait pas la victime mais l'entendait manifester sa souffrance lorsqu'elle recevait des chocs. Ici, à 345 volts, la victime n'exprime plus rien.

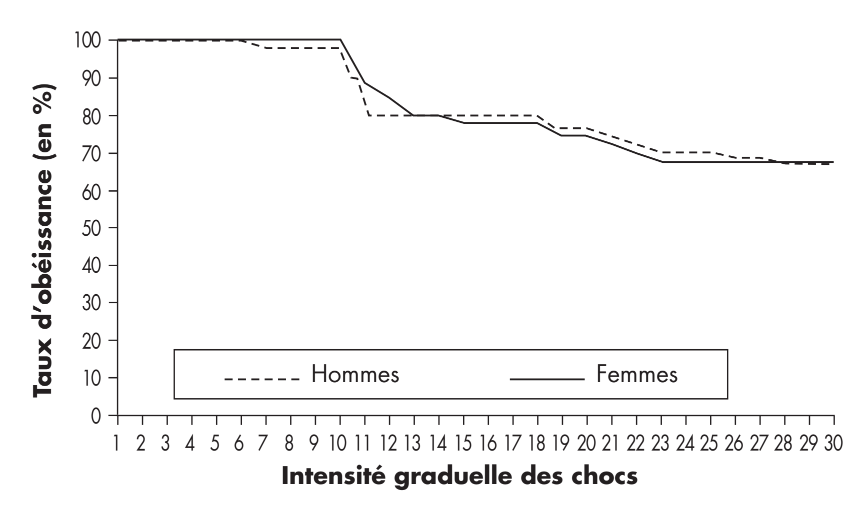


Figure 1.3

Courbes d'obéissance des hommes et des femmes

Comme on peut le voir, le comportement des hommes et des femmes est strictement identique. Les premières désobéissances interviennent aux alentours du dizième curseur (150 volts) à partir du moment où on entend la victime crier. Lorsqu'elle ne se manifeste plus au vingt-quatrième curseur (360 volts), la courbe devient invariante. Il n'y a donc pas de différence entre les hommes et les femmes. Pourtant, Milgram s'attendait à plus de soumission de la part des femmes en raison de leur appartenance aux groupes des dominés. Il est à noter que cette absence de différence dans les taux d'obéissance des hommes et des femmes a été observée plusieurs fois (Costanzo, 1976 ; Shanab et Yahya, 1978 ; Schurz, 1985). Néanmoins, cet effet du genre sur l'obéissance est inconstant puisque certaines recherches ont montré que les femmes obéissaient plus à l'expérimentateur. Ainsi, Sheridan et King (1972) ont mis en évidence, dans une situation plus « réaliste » où la victime des chocs électriques n'était pas un être humain mais un chiot auquel on administrait de réelles décharges électriques afin de le conduire à discriminer deux lumières de couleurs différentes, que 100 % des femmes ont obéi jusqu'au bout (450 volts) contre 54.0 % chez les hommes. Les femmes obéissent plus dans cette expérience mais soyons prudents dans la généralisation. D'autres recherches ont montré l'effet inverse. Ainsi, Kilham et Mann (1974) ont montré, dans le cadre d'une réplication stricte du paradigme de Milgram, que 68 % des hommes se sont conformés totalement aux consignes de l'autorité contre 40 % chez les femmes. Hormis ces quelques inconsistances, on n'observe pas de différence dans le taux d'obéissance entre les hommes et les femmes. Il semble toutefois que des variables culturelles (l'expérience de Kilham et Mann a été réalisée en Australie) ou des variantes dans la méthodologie (l'expérience de Sheridan et King a été conduite avec un autre type de victime) peuvent induire des effets contrastés entre les hommes et les femmes.

Malgré ces deux recherches qui mettent en évidence des effets du genre mais, de fait, totalement opposés, on se doit d'admettre que, sur l'ensemble des recherches où des comparaisons ont été faites, il y a peu de différence dans le comportement des sujets selon leur genre.

Un autre aspect étudié par la recherche sur la soumission à l'autorité dans le cadre du paradigme de Milgram est la caractéristique sociologique ou démographique de l'expérimentateur ou de la victime. Ici encore, il est difficile de tirer des conclusions en raison du faible nombre de recherches ayant porté sur cet aspect et en raison de l'inconstance des résultats.

Ainsi, s'agissant du genre de l'expérimentateur, il ne semble pas y avoir d'effet. Une recherche de Edwards, Franks, Friedgood, Lobban et Mackay (1969) a montré que les sujets, hommes ou femmes, obéissent dans les mêmes proportions à une femme qui tient le rôle de l'expérimentateur. Cet effet de l'influence d'une autorité représentée par une femme a été confirmé par Miranda, Cabarello, Gomez et Zamorano (1981) et, comme nous l'avons vu précédemment, il s'observe avec des enfants ou des adolescents (Shanab et Yahya, 1977). Enfin, on notera que hommes et femmes se comportent de la même manière et atteignent les mêmes niveaux d'obéissance lorsque la victime est une femme (Kilham et Mann, 1974 ; Schurz, 1985).

Un autre aspect qui a été étudié est l'appartenance ethnique de la victime. À notre connaissance, il n'y a pas de travaux comparant cette caractéristique chez les sujets ou l'expérimentateur. La race de la victime semble avoir une importance si l'on en croit l'étude de Larsen, Colen, Von Flue et Zimmerman publiée en 1974. Comme chez Milgram, ces chercheurs avaient demandé à quarante étudiants d'administrer des chocs électriques à un autre étudiant lorsqu'il commettait une erreur d'apprentissage. Selon le cas, la victime (le compère) était un noir ou un blanc. Ici, on mesurait le voltage moyen administré et non le taux d'obéissance. Le maximum était de 350 volts. Les résultats ont montré que, en moyenne, la victime de race blanche a reçu 305.2 volts contre 124.2 pour le compère de race noire. On notera que les sujets étaient des étudiants et étudiantes en premier cycle de psychologie de race blanche et que, quelques semaines avant qu'ils ne participent à cette expérience, leurs attitudes à l'égard des noirs avaient été mesurées. Bien entendu, ces attitudes ont été mises en corrélation avec les voltages administrés mais aucun lien n'a été observé. Pour Larsen et ses collaborateurs, de tels résultats et l'absence de lien avec les attitudes à l'égard des noirs proviendraient de la pression liée au contexte qui activerait, chez les sujets, une recherche d'égalité raciale dans le cadre d'un système aussi moderne qu'est l'université. En raison de l'enjeu de l'expérience, la recherche d'égalité aurait prévalu sur tout autre type de variable et notamment sur les attitudes de ces sujets blancs à l'égard des noirs. Il semble donc que la race de la victime a une importance. Néanmoins, ces résultats sont à nuancer puisqu'une recherche de Brant (1980) menée quelques années plus tard et toujours avec des étudiants de psychologie montrera que la victime de race noire était torturée

plus durement que celle de race blanche. Néanmoins, cet auteur combinait plusieurs variables. Sa recherche n'est donc pas totalement comparable à celle de Larsen *et al.* (1974). Cette contradiction fait que la question de la race de la victime reste toujours d'actualité.

Malgré l'intérêt des recherches sur les effets des variables sociologiques et démographiques, on peut voir qu'il semble que, dans l'ensemble, ces facteurs n'ont qu'une très faible influence. Une telle absence de différence peut toutefois se comprendre dans la mesure où les processus éducatifs, symboliques, institutionnels et organisationnels visent tous à faire intégrer ce comportement d'obéissance à l'ensemble des individus d'une société indépendamment de leur profession, de leur sexe ou de leur couleur de peau. Il n'est donc pas étonnant, finalement, que les mêmes niveaux de soumission aient été observés.

1.4 Des résultats attendus ?

Nous avons signalé précédemment que les résultats de Milgram ont surpris beaucoup de monde : la communauté scientifique, les journalistes, l'opinion publique et Milgram lui-même. Pour Milgram, ces résultats étaient étonnants d'une part parce que ce chercheur s'était fortement appuyé sur les travaux de Asch (1951, 1956) sur le conformisme pour élaborer son hypothèse. Or, de tels niveaux de conformisme n'ont jamais été observés dans des expériences faites sur le conformisme de groupe alors que les comportements étudiés étaient bien moins problématiques que ceux de Milgram. D'autre part, ces taux ne correspondent en rien aux estimations que font les gens de leur propre comportement et du comportement d'autrui. Milgram avait fait estimer ce taux d'obéissance par les spécialistes de l'âme humaine : les psychiatres. Après leur avoir expliqué le dispositif expérimental, il leur a demandé d'estimer jusqu'où, selon eux, les gens iraient. Les résultats qui ont été obtenus sont présentés dans la figure 1.4 ci-contre. À titre de comparaison nous avons également représenté la courbe d'obéissance obtenue par Milgram dans sa première expérience de 1963.

Le moins que l'on puisse dire ici, en comparant les deux courbes, est que les prédictions des psychiatres ont été pour le moins optimistes mais… totalement erronées. L'estimation finale était de 0.12 % (soit une personne sur mille) d'obéissance à 450 volts. Nous sommes loin des 65 % obtenus. Comme on le voit également, avant 315 volts (vingt et unième curseur), tous les sujets ont obéi, alors que les psychiatres ont estimé que seuls 3.73 % des gens atteindraient un tel niveau. Bien entendu, les psychiatres ne sont pas représentatifs de la population. Aussi, Milgram a également demandé à des étudiants et à des collègues de faire les mêmes estimations que les psychiatres. Pour autant, les résultats obtenus ont été sensiblement identiques.

Prévisions psychiatres
Résultats Milgram
Taux d'obéissance (en %)
100
80
60
40
20
0
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30
Intensité graduelle des chocs

Figure 1.4

Courbe d'obéissance prédite par les psychiatres et obtenue par Milgram (1963) pour chaque gradient de choc

Afin de voir jusqu'où les gens seraient eux-mêmes susceptibles d'aller, Milgram a demandé à des psychiatres, des étudiants et des gens de classe moyenne d'estimer jusqu'où ils auraient été. Ces estimations sont présentées dans la figure 1.5 ci-dessous pour les trois groupes de personnes mentionnés.

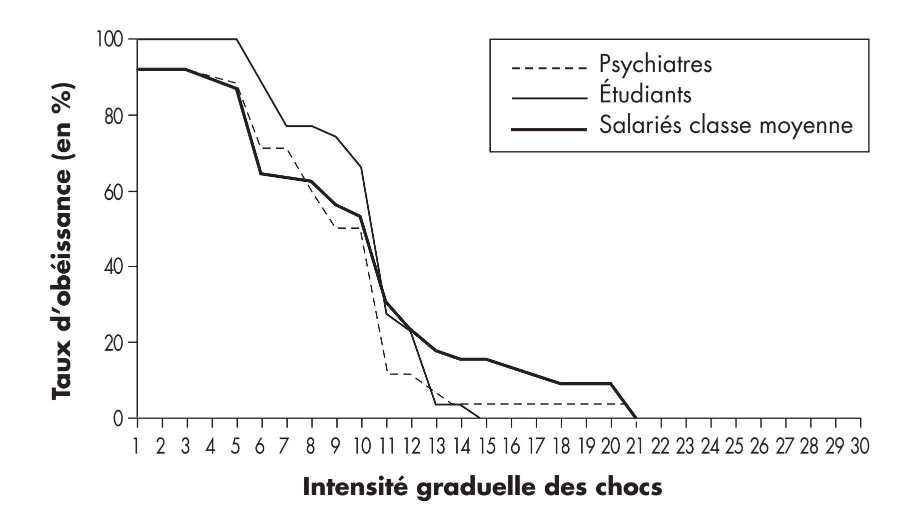


Figure 1.5

Courbe d'obéissance personnelle prédite par les psychiatres, étudiants et salariés des classes moyennes

Incontestablement, les prédictions sont consistantes dans les trois groupes. Manifestement, lorsque l'on demande aux gens d'estimer ce qu'ils feraient dans une situation où ils seraient conduits à envoyer des décharges électriques à une personne qui ne leur a rien fait afin qu'elle augmente ses capacités d'apprentissage, presque tout le monde s'accorde à penser qu'il n'irait pas au-delà de 150 volts. Voilà une évaluation valorisante pour le soi. Certains ont estimé en effet qu'ils n'auraient même pas accepté ce principe de l'expérience et, par conséquent, n'y auraient pas participé. Pourtant lorsqu'ils avaient à estimer le comportement d'autrui, les psychiatres n'ont pas fait mention de ce refus initial. Il y a donc bien là une manifestation de la volonté de donner une image de soi flatteuse. On notera néanmoins, en comparant les estimations pour soi et pour autrui, que les résultats sont sensiblement identiques. Les estimations pour autrui sont simplement un peu plus « allongées ».

Bien qu'optimiste et ne correspondant pas à la réalité, on notera tout de même que plus de 60 % des personnes ont déclaré qu'elles pensaient aller jusqu'à 120 volts (huitème niveau), alors qu'ensuite ce taux chute de manière importante. Cette valeur n'est pas anodine puisqu'elle correspond à la tension de sortie des lignes électriques dans les bureaux, maisons et appartements aux États-Unis. Or, les sujets interrogés ici sont américains. Nous pensons donc que leur estimation a été faite sur cette base de connaissance. Il n'y a, en outre, pas de raison de penser que les sujets ont pensé que le voltage n'est rien pour apprécier l'intensité d'un choc si on ne connaît pas l'ampérage. Tout naturellement, leur référence est celle de l'intensité d'une décharge domestique. Aussi, si on regarde ces prédictions, on peut donc dire que, en majorité, les sujets ne se sentent pas près à administrer un choc électrique dont ils savent qu'il est potentiellement dangereux ou tout au moins suffisamment intense pour faire mal. Une analyse sous cette forme vient donc quelque peu relativiser cette vision d'un sujet se percevant comme incapable de faire du mal à autrui par simple obéissance ou cherchant à donner une image de soi positive en estimant qu'il ne ferait pas souffrir autrui.

Bien entendu, des effets de gestion de son image de soi (Impression Management) peuvent expliquer les résultats obtenus sur ces auto-prédictions et n'être pas seulement un effet d'absence de clairvoyance sur les effets pervers de l'autorité. Une recherche menée par O'Leary, Willis et Tomich en 1970 montre néanmoins qu'une clairvoyance existe chez les sujets. Ces chercheurs ont d'ailleurs mis en évidence ce phénomène alors que ce n'est pas, au premier abord, ce qu'ils souhaitaient montrer. En effet, O'Leary, Willis et Tomich (1970) contestaient d'un point de vue éthique le recours à la tromperie sur les intentions réelles de l'expérimentation dans de nombreuses recherches en psychologie sociale et notamment dans le cadre du paradigme de Milgram. Ils ont donc demandé à leurs sujets de participer à un jeu de rôle impliquant le même contexte et le même matériel que ceux utilisés chez

Milgram. La différence portait simplement sur le fait que le sujet était informé que l’élève ne recevait pas de chocs électriques mais qu’on lui demandait de se comporter comme s’il en recevait. Pour le reste tout était à l’identique (erreur de l’élève, protestations et cris de douleur, supplications, comportement de l’autorité, etc.).

Les résultats qui ont été obtenus et qui sont présentés dans le tableau 1.3 ci-dessous ont été comparés à ceux obtenus par Milgram.

	Réalité Milgram	**Simulation O’Leary *et al.***
Refus de commencer	0.0	5.0
15-285 volts	0.0	0.0
300 volts	12.5	0.0
315-390 volts	22.5	25.0
450 volts	65.5	70.0

Tableau 1.3
Taux de sujets obéissants selon différents paliers (en %)

L’analyse statistique qui a été réalisée entre ces deux répartitions n’a pas mis en évidence de différence significative. Le jeu de rôle pratiqué par O’Leary et ses collègues a conduit à obtenir des taux de « soumission » proches de ceux réellement obtenus par Milgram. Il semble donc que, sous cette forme d’application, les sujets sont clairvoyants des résultats obtenus en situation réelle. On obtient donc des prédictions parfaitement conformes aux résultats obtenus par Milgram. Cet effet n’est d’ailleurs pas unique puisqu’une recherche de Mixon (1972) a montré un taux de soumission de 70 % en simulant la condition classique. L’effet prédictif de ce jeu de rôles peut même aller plus loin dans la démonstration puisqu’une recherche menée par Geller (1978) montre que l’on obtient sensiblement les mêmes résultats que Milgram lorsque l’on fait jouer au sujet le rôle de professeur de la situation classique mais également lorsque l’expérimentateur s’absente ou lorsqu’il y a contact avec la victime. On observe en effet, dans ce cas, un taux d’obéissance de 22.2 % en condition d’expérimentateur absent et de 40 % en condition de contact. On verra plus loin, en détaillant ces conditions que, chez Milgram, les taux obtenus ont été respectivement de 22.5 % et 30 %. On voit donc que l’on s’approche de ces valeurs avec la simulation. Les sujets ont donc une certaine clairvoyance de l’impact des variables situationnelles.

Cet effet d’une certaine clairvoyance est également observé lorsque l’on compare les prédictions sur son comportement faites par des psychiatres, des étudiants et des salariés de la classe moyenne avec le comportement des sujets en condition de choix de chocs. Ces prédictions qui sont constituées par la moyenne des trois groupes ainsi que le comportement en situation de choix sont présentées dans la figure 1.6 ci-après.

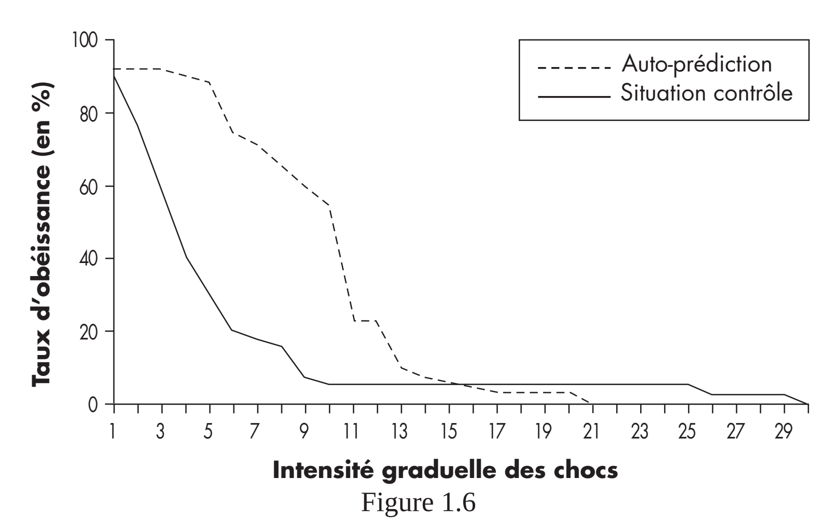


Figure 1.6

Courbes d'obéissance personnelle prédite par les psychiatres, étudiants et salariés des classes moyennes et comparaison avec la courbe d'obéissance en situation réelle de choix des chocs

Comme on peut le voir, on observe une différenciation entre les deux tracés et il faut attendre le niveau 13 (195 volts) pour voir les courbes se conjuguer. En deçà, les prédictions d'obéissance des sujets sont bien plus élevées que leur choix de punition. Or rappelons-nous que les sujets en condition de prédiction devaient dire jusqu'où ils iraient si l'autorité leur ordonnait de continuer. Il semble donc que les sujets sont en mesure de percevoir partiellement le poids que l'autorité peut exercer. Cela est d'autant plus vrai ici que, de fait, en demandant de telles prédictions aux sujets, on ne pouvait favoriser que des taux quelque peu biaisés en vue de donner une image de soi positive. Il est dommage que nous n'ayons pas à notre disposition de données d'auto-prédiction en situation contrôle. Cela aurait permis de bien établir cette conscience de l'impact de l'autorité sur l'obéissance.

Pour terminer avec cet aspect de l'auto-estimation du comportement, on citera un travail de recherche mené par Miller, Gillen, Schenker et Radlove (1975), lesquels ont montré que les prédictions des sujets étaient plus élevées et plus conformes à celles réellement obtenues si on précisait au préalable aux sujets le taux d'obéissance qui était généralement obtenu en condition de base. Il semble donc que le sujet est en mesure de tirer de cette information normative des éléments pertinents pour estimer son comportement et qu'il ne renie pas, comme on pourrait s'y attendre au premier abord, cette information afin de maintenir une bonne image de lui. Il semble qu'un argument valorisant pour le soi du type « *les autres ont peut-être été jusque-là mais moi, en qui me concerne, je n'y aurais jamais été* » n'est pas totalement fondé. Encore une fois, en reprenant les données des auto-estimations, en prenant en compte les recherches en simulation et en tenant compte de ces informations normatives, il n'y a pas, contrairement à ce qu'on pouvait

penser en première analyse, une totale naïveté ou un biais radical de valorisation du soi chez les sujets. Ils sont en mesure d'apprécier l'impact d'une situation d'obéissance à l'autorité vraisemblablement parce qu'ils connaissent tous des situations, certes moins problématiques que celle consistant à envoyer des chocs électriques à autrui, mais où ils ont réalisé des actes non désirés simplement parce qu'une autorité légitime leur en donnait l'ordre.

1.5 L'analyse du comportement des sujets de l'expérience

On se doute que, pour les sujets, la situation n'était pas sans affecter leur comportement, leurs attitudes et même leurs croyances. Celui qui pourrait douter que les sujets étaient totalement inconscients de ce qu'ils faisaient où qu'ils ne croyaient pas qu'ils administraient réellement des chocs électriques à la victime auraient du mal à expliquer pourquoi les signes de souffrance et de désarroi psychologique étaient à ce point exprimés par leurs sujets. On notera que Milgram (1974) mais également plusieurs autres chercheurs (Mantell, 1971 ; Shanab et Yahya, 1978) ont montré que, dans leur grande majorité, les sujets pensaient effectivement que la victime souffrait beaucoup des chocs électriques qu'ils lui administraient. L'analyse de leur comportement est tout aussi révélatrice de cette conviction. Certains étaient au bord des larmes, d'autres présentaient des tics nerveux, une sudation excessive, des rires de nervosité et surtout imploraient du regard l'expérimentateur pour qu'il mette fin à ce cauchemar qu'ils semblaient vivre. Enfin, pour qu'ils continuent, il fallait un encadrement « serré » de l'autorité qui devait fréquemment exhorter le sujet à continuer. Dans son ouvrage de synthèse de 1974, Milgram a décrit avec précision ce comportement et les enregistrements vidéo attestent que bon nombre de sujets vivaient un cauchemar. Pour autant, ce désarroi n'était pas un bon prédicteur de la désobéissance du sujet : certaines personnes en apparence calmes et placides ayant arrêté tandis que d'autres, aux frontières de la crise de nerfs, continuaient jusqu'au bout. Il en va de même lorsqu'on interrogeait les sujets sur ce qu'ils avaient ressenti. Milgram a en effet rendu compte des estimations du niveau de tension et de nervosité de plusieurs groupes de sujets ayant participé à l'expérience. Il a pu observer que les estimations, en général, faisaient état d'un niveau élevé de tension. Toutefois, il n'a pas observé de lien entre ce niveau de tension et l'acte de désobéissance : des sujets présentant un niveau de tension élevé n'ayant pas nécessairement arrêté tandis que des sujets avec une faible tension ont arrêté. Pour Milgram, un tel résultat proviendrait du fait que la tension n'était pas totalement imputable à la souffrance de la victime mais plutôt au conflit entre le désir d'arrêter afin de stopper la souffrance à infliger à la victime et le besoin de se conformer aux ordres de l'expérimentateur. De fait, l'augmentation de la tension ressentie était liée à l'accroissement de ce conflit.

■ *Les bénéfices personnels d'une telle participation*

Milgram en publiant les résultats de ses expériences a essuyé de nombreuses critiques, notamment celles adressées par Baumrind (1964) qui s'est interrogée sur l'état des sujets après l'expérience et les mesures à prendre pour les préserver. Elle s'est également interrogée sur le caractère adéquat de l'expérience. Dans un article qu'il publiera en 1964 dans la revue *American Psychologist*, Milgram répondra à ces critiques tant éthiques que méthodologiques dont il sentait bien qu'elles étaient partagées par beaucoup de personnes de la communauté scientifique (Milgram, 1964*b*).

Il faut rappeler que les sujets de Milgram ont été débriefés avec une précaution exemplaire. Après l'expérience, ils rentraient tous en contact avec la victime et pouvaient voir qu'elle se portait bien, on leur assurait que leur comportement était normal et que d'autres avaient agi de même, un rapport final leur était remis et leur rappelait tout ce qui leur avait été dit lors du débriefing. Un post-questionnaire expérimental adressé quelques mois après et évaluant les bénéfices de leur participation montrera les résultats suivants : plus de 83 % des sujets désobéissants et des sujets obéissants s'estimaient contents d'avoir participé à cette expérience (15 % étant indécis et seulement 1 à 2 % non satisfaits d'avoir participé). En outre 74 % affirmaient que cela leur avait apporté une connaissance sur leur propre fonctionnement et celui de l'homme en général.

Baumrind, comme d'autres chercheurs, estimait que les sujets ne pourraient pas justifier leur comportement après l'expérience et auraient à supporter le plus gros de ce qu'ils avaient fait. Or, Milgram constatera que ce ne fut pas le cas. Les raisons qui les auraient poussées à agir impliquaient la responsabilité de l'autorité. Baumrind soutenait également que les sujets ne tireraient aucun bénéfice de leur participation. Milgram montrera que, en majorité, ses sujets ont plutôt dit le contraire qu'ils aient été ou pas obéissants. Les sujets ont même manifesté le désir de participer à une recherche ultérieure. Contrairement à beaucoup d'expériences stériles, avec celle sur l'obéissance, les sujets ont estimé avoir appris quelque chose sur eux et sur le fonctionnement humain. Enfin, en ce qui concerne d'éventuelles séquelles traumatiques, un examen psychiatrique effectué un an après la participation des sujets n'a révélé aucun traumatisme post-expérimental.

Baumrind a également critiqué la validité écologique des résultats obtenus en raison du caractère artificiel de l'expérience où les résultats seraient surtout expliqués par la situation. Pour Milgram, ce caractère artificiel donnerait encore plus de crédit aux résultats. Il estime que de plus forts taux d'obéissance auraient été obtenus dans un contexte approprié comme, par exemple, le contexte de l'obéissance militaire notamment lorsqu'il s'agit de défendre la patrie et non de participer à la connaissance scientifique sur les méthodes d'apprentissage. On verra à la fin de ce chapitre que les résultats

d'autres recherches lui donneront raison sur ce point. En condition réelle, il semble que le taux d'obéissance est bien supérieur à celui que l'on obtient en laboratoire.

2 POURQUOI OBÉIT-ON ? ANALYSE DES DÉTERMINANTS DE L'OBÉISSANCE

Les résultats obtenus par Milgram ont suscité, comme nous l'avons dit, un tollé de la part des médias, de l'opinion publique et du monde scientifique. Un tel taux était si « scandaleusement » élevé que nombre de chercheurs ont tenté, dans un premier temps, de découvrir le biais expérimental qui pouvait expliquer qu'on obtienne un tel résultat. Toutefois, avec la confrontation des résultats en condition contrôle, une telle approche demeurait vaine. Plus naïvement, d'autres arguments, qui sont certainement plus des rationalisations *post hoc* destinées à éviter de voir l'horreur de ces chiffres en face, ont été avancés. Pour beaucoup d'entre eux, Milgram a dû apporter la preuve qu'ils étaient non fondés. Le fait que les sujets soient rémunérés a été un argument pour expliquer ces résultats. Même si on doute que les quelques dollars de dédommagements accordés aux personnes ont été un motif suffisant pour continuer (une goutte d'eau dans l'océan des revenus de nombreux sujets), on peut néanmoins admettre la pertinence de cette approche. On sait que la subordination économique peut nous conduire à accomplir des actes que nous ne produirions pas spontanément, alors pourquoi pas faire souffrir autrui ? Milgram a fait une réplication sans rémunération et a observé le même taux. En outre, de nombreuses recherches faites postérieurement ont confirmé que le même taux d'obéissance était obtenu sans cette rémunération symbolique. Cette variable semble donc n'avoir aucun impact. On a pu voir également que des facteurs culturels, de genre ou de niveau d'éducation, ne conduisent pas à observer des différences dans les taux d'obéissance : les petites variations n'étant que des variations facilement explicables par les théories de l'échantillonnage[1] sans plus.

1. Selon ces théories, lorsque l'on sélectionne des échantillons de sujets dans des conditions bien contrôlées, les différences dans les réponses de chaque échantillon peuvent conduire à des variations. On dit qu'il s'agit de variations « normales » d'échantillons. Toutefois, on sait que les variations les plus petites ont plus de probabilités d'apparaître (exemple : la probabilité en lançant une pièce dix fois de suite d'obtenir 10 piles est bien plus rare que d'obtenir 4 piles et 6 faces ou 5 piles ou 5 faces ou encore 6 piles et 4 faces : cette exacte probabilité peut même se calculer précisément). Cela explique les petites variations dans le comportement des échantillons de sujets alors même que les conditions manipulées étaient les mêmes. Il y a toujours de petites différences entre les échantillons, liées au fait que ce ne sont pas les mêmes individus qui sont utilisés. Observer toujours les mêmes taux serait même le signe d'une imposture scientifique en raison, justement, de la rareté d'un tel phénomène.

Alors qu'est-ce qui peut expliquer ces résultats ? En fait, pour le savoir, et, sans entrer dans l'analyse purement subjective et polémique, il convenait de maintenir un niveau de scientificité élevée pour déterminer les facteurs favorisant la soumission à l'autorité. À ce niveau, Milgram a joué un rôle très important mais d'autres chercheurs, par la suite, ont tenté d'aller plus loin en cherchant les explications d'un tel comportement qui semblait horrifier nos démocraties modernes. Les travaux que nous présentons ci-dessous ont tenté de valider chacune de ces théories.

2.1 Les effets situationnels sur la soumission à l'autorité

2.1.1 L'hypothèse de « l'état agentique »

Cette hypothèse formulée par Milgram – qui rappelons-le encore une fois ne s'attendait pas à des effets aussi massifs de soumission à l'autorité – est une hypothèse qui laissait de côté les caractéristiques personnologiques ou dispositionnelles du sujet (sa personnalité, sa conscience, etc.) pour se focaliser sur les éléments situationnels ou procéduraux du dispositif expérimental. Elle part donc non pas d'une réfutation, mais d'une non-intégration d'une perspective quasi philosophique selon laquelle l'homme est fondamentalement mauvais (les obéissants) tandis que d'autres sont fondamentalement bons (les désobéissants). Pour Milgram, cet aspect ne peut expliquer ses résultats et la proportion de bons ou de méchants est certainement la même dans les deux camps. Le comportement final produit par le sujet ne doit s'évaluer qu'au regard du contexte même dans lequel il est inséré : ce contexte étant, bien évidemment, celui du cadre méthodologique de l'expérience.

Tout naturellement cette approche situationnelle de l'obéissance comme hypothèse explicative au comportement de soumission fera l'objet d'évaluations expérimentales (expériences qui sont présentées ci-après). Pour autant, on verra que Milgram n'a pas négligé une approche de nature dispositionnelle (centrée sur les caractéristiques des individus). Il semble plutôt que c'est la confrontation des apports empiriques de l'une et l'autre de ces approches qui le conduiront à émettre l'hypothèse que c'est la situation qui engendre l'obéissance parce qu'elle à la faculté de produire un état de déresponsabilisation de l'acteur aux commandes. Cet état, Milgram l'appellera « l'état agentique ».

Pour Milgram (1974), l'état agentique serait un état d'appréciation de responsabilité dans lequel le sujet ne se percevrait pas comme agissant de manière autonome mais comme simple agent de l'autorité. Il déléguerait sa

responsabilité et les considérations morales ne serviraient plus de guide à son comportement comme dans les situations où les comportements qu'ils auraient à produire ne seraient pas exigés par une autorité mais sous la responsabilité du sujet lui-même. Ce passage de *l'état autonome* où le sujet se perçoit comme l'auteur, le responsable de ses actes à celui *d'état agentique* où le sujet ne se perçoit plus que comme l'agent exécutif d'une autorité possédant le niveau de responsabilité serait obtenu, selon Milgram, par le contexte expérimental dans lequel serait inséré le sujet.

Ce niveau de responsabilité personnelle a fait l'objet d'évaluations de la part de Milgram mais aussi d'autres chercheurs (Mantell, 1971). Ces évaluations montrent en effet que les sujets obéissants ont plus tendance que les désobéissants à ne pas s'auto-attribuer la responsabilité de leurs actes et à l'attribuer à l'expérimentateur ou à la victime (qui ne faisait pas d'efforts, qui n'écoutait pas, qui avait accepté le principe de l'expérience). Une recherche de Blass (1996) montrera d'ailleurs qu'il y a une certaine « empathie » dans l'appréciation de ce niveau de responsabilité. Ce chercheur a demandé à ses sujets (des étudiants) de visionner un extrait de la cassette vidéo de l'expérience de Milgram où on voyait un seul individu dans la situation de base. On arrêtait alors la vidéo et on disait aux sujets que 65 % des personnes étaient allées jusqu'au bout (450 volts). Selon les conditions, on rajoutait que la personne vue sur la vidéo était une de ces personnes ou qu'elle s'était arrêtée à 210 volts et avait refusé de continuer. On demandait aux sujets de juger de la responsabilité de l'expérimentateur, du sujet et de l'élève dans ce qui arrivait (attribution d'un pourcentage à chacun jusqu'à un total de 100). Les résultats qui furent obtenus sont présentés dans le tableau 1.4 ci-dessous. Ils présentent les moyennes des taux de responsabilité attribuée à chacun des trois protagonistes de l'expérience selon la condition d'obéissance ou de désobéissance.

	Expérimentateur	**Sujet**	**Élève**
Sujet désobéissant	35.3	52.2	12.5
Sujet obéissant	59.7	31.3	9.0

Tableau 1.4

Moyennes de l'attribution de responsabilité à chaque acteur selon l'information sur le comportement du sujet (en %)

À l'évidence, les sujets sont en mesure d'opérer un transfert du niveau de responsabilité personnelle du sujet selon son comportement. Lorsqu'il y a obéissance, c'est la responsabilité de l'expérimentateur qui est le plus souvent avancée tandis que c'est celle du sujet lorsqu'il y a désobéissance. Cette « perte d'autonomie » distingue ici les deux groupes de sujets.

■ *L'état agentique : un modèle heuristique d'analyse des génocides et de la fabrication des tortionnaires*

> Un individu est en état agentique quand, dans une situation donnée, il se définit d'une façon telle qu'il accepte le contrôle total d'une personne possédant un statut plus élevé. Dans ce cas, il ne s'estime plus responsable de ses actes. Il voit en lui un simple instrument destiné à exécuter les volontés d'autrui.
>
> (Milgram, 1974, p. 167)

Très tôt Milgram a tenté de faire un parallèle entre les résultats de ses expériences et la structure organisationnelle de l'holocauste juif commis par les Allemands pendant la Seconde Guerre mondiale. Il l'utilise aussi pour expliquer d'autres exactions commises par les soldats américains pendant la guerre du Vietnam comme le fameux massacre de My Lai où des soldats américains ordinaires, pères de familles, fils exemplaires, massacrèrent à l'arme automatique tous les habitants d'un village qui ne comprenait plus guère que des femmes, des enfants et des vieillards. L'hypothèse de l'état argentique servira largement de cause explicative à ces phénomènes. Pour Milgram, l'holocauste a pu se faire parce que l'organisation sur laquelle il reposait, optimisait, renforçait la déresponsabilisation de ses acteurs. Il ne nie pas qu'il y avait des responsables, mais estime qu'il en fallait finalement peu pour obtenir un tel résultat. Il suffisait que ces responsables soient placés à des endroits bien particuliers du dispositif et qu'ils aient une légitimité. Ce fut le cas. Les responsables principaux ont été les organisateurs (le donneur d'ordre, Adolf Hitler, et celui qu'il plaça à la tête de cette organisation : Rudolf Eichman). Il suffisait ensuite de placer à des endroits stratégiques des personnes idéologiquement proches des conceptions radicales de ces responsables et le tour était joué. En plaçant ensuite différents agents dont le rôle était tellement anodin en apparence, qu'il leur donnait l'illusion de les déresponsabiliser de l'acte final (par exemple : faire des listes d'hommes et de femmes, organiser la concentration de ces personnes dans des zones, organiser des convois ferroviaires, assurer le transport, mais aussi creuser des fosses, brûler des corps, surveiller des prisonniers, etc.). Prise une à une, aucune de ces tâches n'était répréhensible en apparence tout comme l'étaient les comportements « civiques » auxquels on exhortait la population (dénoncer, repérer, collaborer). Ajoutez à cela une campagne préalable de stigmatisation, de déshumanisation des cibles et vous obtenez tous les ingrédients de la production d'un état agentique. Bien entendu, comme le soulignera Milgram, le processus de l'holocauste a duré bien plus que celui de son expérience : près de dix ans si on tient compte de la préparation contre une heure pour l'expérience de Milgram, il s'agissait d'une planification à grande échelle, d'un contexte différent, etc. Néanmoins, pour qu'il ait réussi à se maintenir, il fallait certainement que le conflit intérieur qu'auraient pu subir les différents acteurs de cette chaîne en constatant le résultat final soit

très largement diminué par l’insignifiance de leur tâche et donc de leur responsabilité.

■ *Comment fabriquer des tortionnaires avec des gens ordinaires ?*

Dans un article publié en 1988, Haritos-Fatouros a tenté de savoir comment avaient procédé les militaires grecs ayant pris le pouvoir en 1967 et a trouvé de fortes correspondances avec ce concept d’état agentique que l’on retrouvait au cœur du dispositif de formation des tortionnaires. On sait que cette junte a largement utilisé la torture entre 1967 et 1974 sur les civils. Bien qu’admettant très largement la contribution de Milgram, Haritos-Fatouros estimait que, dans le cas de l’obéissance à une autorité violente, il fallait certainement aller plus loin dans le choix des futurs tortionnaires, dans l’application des procédures d’entraînement mais aussi dans la conception des facteurs de pression. Aussi a-t-elle mené une enquête auprès de seize ex-policiers militaires de la section spéciale de renseignements de l’armée grecque dont on savait qu’elle avait largement recours à la torture pour obtenir des « renseignements ». Pour ce faire, elle a procédé à l’administration d’entretiens semi-directifs environ cinq à six ans après que les sujets ont quitté l’armée. Les interviews étaient basées sur deux grands thèmes : les procédures de sélection (critères de sélection avant d’entrer à l’armée, durée de l’entraînement, critères d’exemption à la participation du groupe des tortionnaires, etc.) et les procédures d’entraînement (récompenses et punitions pendant la formation, type de langage utilisé avec eux, description d’un jour typique de « formation », etc.). Les résultats qu’elle obtiendra à l’issue de ces entretiens lui permettront de mettre en évidence deux systèmes complémentaires pour obtenir de ces hommes les comportements que l’on attendait d’eux.

Le premier système concernait le processus de sélection. Il s’agissait d’hommes de 18 ans, non communistes, sélectionnés au cours de leur période de classes. Leurs futures victimes étaient dévalorisées, rabaissées. La sélection avait lieu trois mois après et se faisait sur des critères de résistance physique et morale : l’obéissance à des ordres illogiques grotesques ou dégradants émanant des officiers. Deux mois après, on retenait les candidats initialement sélectionnés. Seuls 1,5 % des recrues du départ étaient estimées aptes à devenir des tortionnaires. Haritos-Fatouros notera que ce taux était similaire à celui de l’expérience de Milgram où 2,5 % des sujets étaient considérés comme ayant un comportement déviant (ceux qui, sans ordre, administraient 450 volts à l’élève).

Le deuxième système reposait sur ce que Haritos-Fatouros a nommé les facteurs contraignants de l’autorité. Il y avait une cérémonie d’entrée et de fin au camp d’entraînement, il y avait allégeance à une figure totémique. Diverses séries de contraintes et d’obligations étaient subies par les sujets : de nature morale (idée d’appartenance à leurs supérieurs militaires et de divi-

nisation des officiers) et physiques (atteintes aux besoins primaires de l'être humain par la restriction d'eau, de nourriture et d'accès aux toilettes comme la rétention d'urine jusqu'à quatre jours ou la défécation jusqu'à quinze jours) ; valorisation du rôle de la police militaire, utilisation de surnoms pour protéger l'identité ; emploi de métaphores pour désigner un acte cruel particulier (par exemple, « thé avec toast » pour désigner des brûlures).

Au final Haritos-Fatouros a tenté de modéliser ce dispositif que nous présentons dans la figure 1.7 ci-dessous et qui étend le modèle de Milgram.

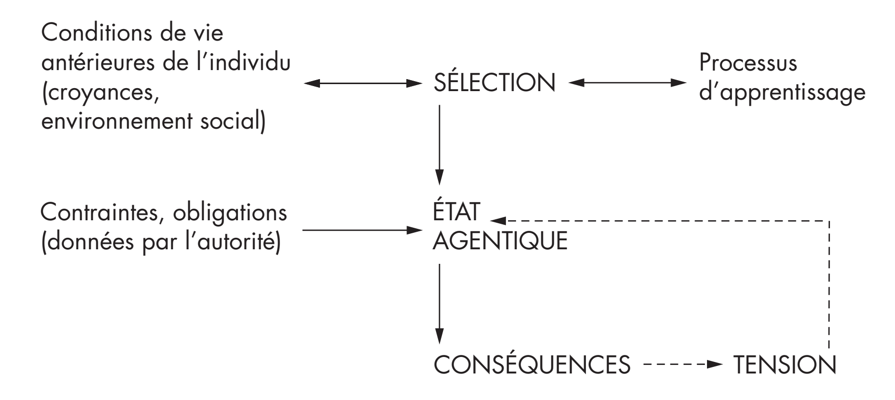


Figure 1.7

Modèle à deux systèmes de la soumission à l'autorité chez Haritos-Fatouros (1988)

En fait, la dernière partie de ce modèle est celle définie par Milgram, la différence apportée par Haritos-Fatouros a porté uniquement sur le processus préalable de sélection des personnes. Pour faire le parallèle avec l'expérience de Milgram, c'est comme si le premier niveau était là pour ne retenir que les 65 % qui obéissent tandis que le second niveau serait là pour maintenir cette soumission dans le temps afin d'éviter la tension suscitée par les comportements exigés des personnes (ici ce que Haritos-Fatouros a appelé les conséquences). On pourrait dire de manière très académique qu'il s'agit ici d'un modèle interactionniste qui prend en compte la situation (les facteurs contraignants de l'autorité) et les différences individuelles (le processus de sélection).

Il est à noter que Nissani (1990) proposera également un complément à la théorie de l'état agentique de Milgram. Il estime en effet que d'autres facteurs additionnels à cet état agentique, plus résolument cognitifs, peuvent être avancés pour expliquer les mécanismes de la soumission. Ils proviendraient d'une analyse de la « moralité » de l'expérience faite par le sujet. Le sujet aurait des cognitions bien établies à propos de ce que fait l'expérimentateur qui est quelqu'un de normalement responsable, qui est soumis à des

principes d'ordre éthique. On n'a jamais entendu parler de tortures, de meurtres au nom de l'expérimentation scientifique, le lieu est un lieu prestigieux de recherches où on ne pratique pas ce genre de choses, etc. Le sujet pense donc que moralité et responsabilité sont conservées dans cette expérience et à aucun moment il ne pense que l'autorité est malveillante. La baisse de l'obéissance observée dans un lieu moins prestigieux que l'université de Yale (voir ci-dessous la légitimité de l'autorité) proviendrait, chez le sujet, d'une baisse d'estime dans la substance humaniste de l'expérimentateur. Pour tester cette hypothèse du conflit moral, il suffirait, selon Nissani, de reprendre l'expérience princeps de Milgram et de rendre, au fur et à mesure du déroulement de celle-ci, l'autorité manifestement irresponsable et sans pitié. Il y aurait dans ce cas, conflit entre la conscience du sujet et le désir d'obéir à une autorité manifestement malveillante, ce qui, certainement, entraînerait une baisse de la soumission. Bien qu'intéressante, cette théorie qui ajoute un substrat d'analyse individuelle par le sujet de la situation dans laquelle il est, n'a malheureusement pas été testée.

Comme on le voit, pour fabriquer un tortionnaire, un savant dosage utilisant des individus possédant un certain profil – mais pas nécessairement ceux de tortionnaires[1] – et un contexte approprié favorisant cette mise sous état agentique de la personne peuvent aboutir à l'efficacité d'un système d'élimination de dix millions de personnes. Il reste que les travaux sur la soumission à l'obéissance dans le cadre du paradigme de Milgram ne permettent pas non plus, on s'en doute, de valider un tel modèle. Toutefois, l'objectif de ce qui va suivre a été de tester l'importance des facteurs situationnels, sociaux et personnologiques dans le cadre du paradigme de Milgram.

2.1.2 La proximité de la victime : plus elle avance, plus on recule

■ *La proximité physique*

Un facteur situationnel qui est susceptible d'exercer un impact sur le comportement d'obéissance du sujet est le degré avec lequel il est en mesure de percevoir les conséquences de son comportement d'obéissance. Les armes modernes qui sont d'une incroyable efficacité pour détruire des êtres humains illustrent d'ailleurs parfaitement cet état de fait puisqu'elles peuvent être utilisées à des distances telles que l'opérateur qui les envoie et même celui qui donne l'ordre de les envoyer ne se rend pas compte des conséquences de son acte. On peut même penser qu'il convient de réduire le

1. Selon Arendt (1963), les Allemands qui participèrent au génocide juif n'étaient pas des sadiques ou des tueurs. Elle expliquait pourquoi, au contraire, on avait fait en sorte d'éliminer ceux qui éprouvaient un plaisir physique à le faire.

déclenchement d'un acte de destruction à un geste anodin pour éviter que cette prise de conscience ne se fasse. Le président de la République consentirait-il à appuyer sur le bouton commandant l'utilisation de l'arme nucléaire si, auparavant, il devait tuer de ses propres mains quelqu'un afin d'avoir un aperçu même minime des conséquences de son acte final ? Même si cela est difficile à expérimenter, on peut penser que cela aurait, sans doute, un effet désastreux sur sa décision finale.

Tout naturellement, pour la même raison que celle invoquée ci-dessus, la réaction de la victime aux chocs électriques a fait l'objet, chez Milgram, d'expérimentations car, enfin, si le sujet ne se rend pas compte de ce qu'il fait en appuyant sur les boutons, peut-on parler d'obéissance à l'autorité ou plutôt d'incrédulité ? On se rappellera, en effet, que dans l'expérience « princeps » de Milgram, comme il y avait un isolement acoustique entre la salle de l'élève et celle du professeur, le sujet n'entendait pas les « protestations » normalement attendues de l'élève. Même s'ils entendaient une chaise bouger et même si, comme le montre l'analyse du comportement des sujets, leur répugnance à continuer a été manifeste, ils étaient dans une situation où ils pouvaient encore douter des conséquences de leurs actes et de la réelle souffrance que l'élève « endurait ». Aussi, afin d'entamer le premier train de recherches de cette fameuse variable situationnelle, Milgram, toujours à l'aide de son paradigme, a fait varier, au cours de diverses expérimentations, le degré de proximité entre le sujet et l'élève (Milgram, 1965*a*).

Pour conduire ces expériences, cent soixante hommes adultes sélectionnés comme dans la première expérience ont été utilisés. La procédure générale était conforme à l'expérience princeps. L'expérimentateur accueillait deux sujets dont l'un était un compère et l'autre un sujet-naïf et leur expliquait l'objectif de l'expérience (effet de la punition sur l'apprentissage). Puis, par tirage au sort (truqué comme toujours), il assignait les fonctions à chaque sujet. Le compère-élève avait le rôle de la victime habituelle. Le sujet devait faire apprendre une liste de mots à « l'élève » et le punir en cas d'erreur en utilisant le générateur de chocs électriques délivrant des chocs d'intensité variable. La punition devait être graduelle au fur et à mesure des erreurs commises. À ce stade, différentes variantes du protocole expérimental ont été déclinées et manipulaient le degré de proximité entre le professeur (le sujet) et l'élève (le compère).

Dans la première condition de proximité, dite **sans feed-back**, la victime était dans une autre salle que celle où se trouvait le professeur et ce dernier ne pouvait ni la voir ni l'entendre.

Dans la deuxième condition, dite de **feed-back audio**, on reprenait le principe de la première mais le professeur pouvait entendre sa victime protester selon un protocole bien défini et préparé à l'avance (cris de plus en plus forts, supplications, pleurs puis totale absence de réaction).

Dans la troisième condition, dite de **proximité**, professeur et élève étaient dans la même salle et se trouvaient à 50 centimètres l'un de l'autre. La victime se comportait comme dans la deuxième condition (protestations, gémissements, hurlements de douleur, implorations, elle se débattait également sur sa chaise puis mimait une perte de connaissance).

Dans la quatrième condition de proximité, dite de **contact**[1], on répliquait les conditions de la troisième variante mais un événement se produisait de telle manière que le professeur devait, à un moment, remettre une sangle à l'élève qui était parvenu à libérer son bras après qu'il ait tenté de se dégager par lui-même parce qu'on refusait de le libérer (incident se produisant à 150 volts). Sur ordre de l'expérimentateur, le sujet devait donc se lever et venir sangler la victime et avoir un contact physique avec elle. Puis l'expérimentation reprenait comme à son habitude.

Comme précédemment, lorsque le sujet manifestait le désir de s'arrêter, de ne pas administrer de chocs, de réduire les chocs, etc., l'expérimentateur l'exhortait à continuer en mentionnant graduellement les injonctions présentées. Un sujet était considéré comme soumis lorsqu'il appuyait trois fois de rang sur un bouton d'envoi de 450 volts. Comme cela constitue un niveau élevé de mesure, les résultats ci-dessous (tableau 1.5) présentent à la fois les taux d'obéissance totale et le voltage moyen administré par les quarante sujets de chacune des conditions.

	Pas de feed-back	Feed-back auditif	Proximité	Contact
Moyenne des chocs (en volts)	405.0	367.5	312.0	259.5
Taux d'obéissance (en %)	66,0	62,5	40,0	30,0

Tableau 1.5

Niveau moyen de chocs et taux d'obéissance selon la proximité avec la victime

On peut donc voir que le taux d'obéissance est affecté par la proximité du sujet et de sa victime. Néanmoins, la simple manifestation verbale n'a qu'un très faible impact si on considère les deux conditions de feed-back. Les manifestations de souffrance de l'élève augmentent peut-être l'inconfort du sujet (il est dommage que cet aspect n'ait pas fait l'objet d'une mesure) mais ne sont pas suffisantes pour diminuer l'obéissance. Il semble, comme le montrent la condition de proximité et celle de contact, que ce soit bien la

1. Cette condition est celle présentée dans le film français *I comme Icare* d'Henri Verneuil.

présence physique de la victime et la visibilité réelle de sa souffrance qui contribuent le plus à s'opposer à l'autorité et donc à désobéir.

Il nous a semblé important de savoir comment cette désobéissance se produisait. Aussi, avons-nous représenté dans la figure 1.8 ci-dessous, la courbe d'obéissance pour chacune de ces conditions.

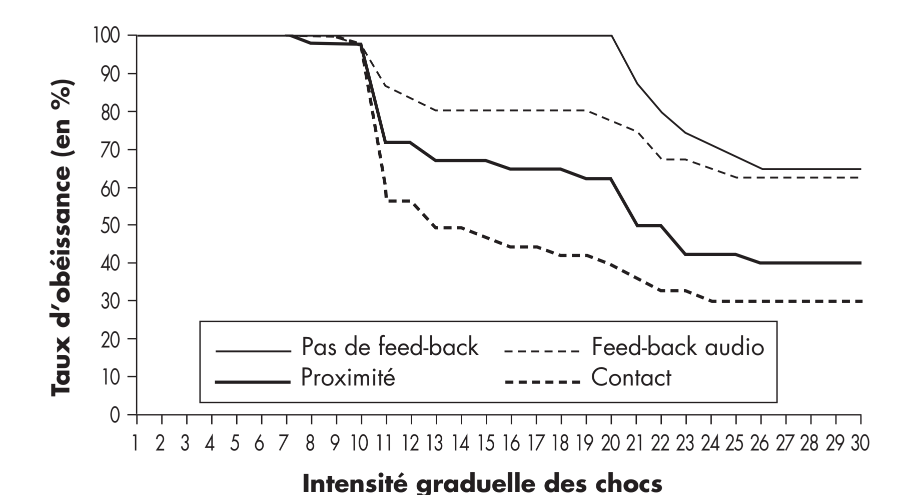


Figure 1.8
Courbe de l'obéissance des sujets selon les différents niveaux de proximité avec la victime

Ce graphique permet de mieux comprendre ce qui déclenche le comportement de désobéissance du sujet. Ainsi, si on examine la condition sans feed-back, on peut observer que la soumission est totale jusqu'à 300 volts (vingtième curseur). Or, c'est à ce moment que le bruit de la chaise du sujet pouvait être entendu en sourdine. Dans les trois autres conditions, la baisse survient aux environs de 150 volts au moment où les cris de l'élève ne sont plus de simples « ouille » comme cela était prévu dans le protocole mais un véritable cri de douleur. De plus, en condition de contact, c'est le moment où l'élève se libère et où le sujet doit aller le rattacher. On observe bien que c'est à ce moment que la plus forte baisse du taux d'obéissance est obtenue.

Il semble que cette « montée en puissance » de la souffrance exprimée par l'élève a eu un impact fort sur un certain nombre de sujets. D'ailleurs, dès que cette manifestation cesse, on observe peu de changements dans les taux d'obéissance et cela pour chacun des groupes. En effet, lorsque l'élève mime une perte de connaissance à 345 volts (vingt-troisième curseur), la courbe d'obéissance devient plane. Il semble donc bien établi, à travers cette analyse graduelle, que la manifestation sonore de la souffrance du sujet a un impact sur la désobéissance et ce, d'autant plus que l'élève se trouve dans la même pièce que le sujet.

Toujours dans ce registre de la proximité de la victime, un autre type de recherche menée par Page et Moss en 1976 qui, plutôt que de manipuler une proximité physique entre le professeur et l'élève, a porté sur le degré de visibilité de l'élève. En effet, dans leur expérience, selon le cas, l'élève se trouvait dans la même salle à un mètre derrière le dos du sujet ou dans une autre salle. En cela, on se trouvait presque dans la condition de proximité et feedback audio chez Milgram. Aussi, une autre variable a été introduite : l'éclairage. En effet, selon le cas, également, la salle où se trouvait le sujet était parfaitement éclairée ou était laissée dans une pénombre quasi totale où seule une ampoule de faible puissance éclairait le pupitre où se trouvait le professeur. Contrairement à précédemment, le sujet avait à choisir le niveau de choc et la source d'autorité n'était pas présente. On s'attendait donc à une faible obéissance de la part du sujet. Cela a été effectivement le cas en condition de lumière vive notamment lorsque l'élève était dans la même salle. Toutefois, en condition d'obscurité, l'intensité moyenne des chocs administrés à l'élève a été multipliée par deux. Encore une fois, il semble bien qu'en diminuant la possibilité, pour le sujet, de se rendre compte des conséquences de ses actes en rendant sa victime moins visible, on le conduit à se montrer plus obéissant.

■ *La proximité sociale de la victime*

Les expériences précédentes ont mis clairement en évidence un effet de la proximité physique entre la victime et le sujet. On peut se demander si une autre forme de proximité, de nature sociale cette fois, peut également avoir un impact sur le comportement du sujet. Ce type de proximité n'a pas fait l'objet d'expérimentations de la part de Milgram. Néanmoins, d'autres chercheurs ont tenté d'étudier l'impact de cette variable sur le comportement du sujet. À cet égard, deux aspects intéressants ont été testés : l'impact d'une relation préalable avec la victime et, surtout, l'impact des caractéristiques sociales de la victime et la relation sociale entretenue entre elle et le sujet.

■ *Intimité préalable entre sujet et victime*

L'objectif d'une telle variable est d'étudier si le fait de connaître plus ou moins la victime conduirait plus favorablement le sujet à se rebeller. On doit l'étude expérimentale d'une relation préalable entre la victime et l'élève à Larsen, Lancaster, Lesh, Redding, White et Larsen en 1976. Leur expérience, largement inspirée du paradigme de Milgram, comprenait néanmoins des aménagements.

Dans un premier temps, l'expérimentateur recevait seul le sujet (ici des étudiants non rémunérés ont servi de sujets) et lui expliquait le but de l'expérience comme cela était fait dans l'expérience de Milgram (un professeur, un élève, une liste de mots à apprendre, une tâche de rappel, un choc électrique graduel à chaque échec, etc.). Il lui expliquait qu'il serait le professeur. Puis

l'expérimentateur se rendait dans la salle à côté de celle où il avait accueilli le sujet et lui présentait l'élève lui aussi désigné comme un étudiant (comme toujours cet élève était un compère de l'expérimentateur), puis, prétextant un problème technique, l'expérimentateur quittait la salle. Le sujet et l'élève se retrouvaient donc ensemble. Selon le cas, le compère-élève engageait ou n'engageait pas la conversation avec le sujet. Lorsqu'il l'engageait, celle-ci durait, selon les conditions, 3, 6 ou 12 minutes. Les questions que posait le compère s'enchaînaient dans un ordre établi à l'avance. En condition de 3 et 6 minutes, le compère questionnait le sujet sur ses études tandis qu'en situation de conversation longue (12 minutes), le compère lui posait des questions qui prenaient un tour de plus en plus intime au fur et à mesure que le temps passait (d'où il venait, ce qu'il voulait faire, etc.). Après le retour de l'expérimentateur (quasi immédiat en condition de non-conversation ou après 3, 6 et 12 minutes dans les autres cas), celui-ci leur expliquait en détail l'objectif et la méthode de l'expérience. Ici, les chercheurs se sont conformés strictement au paradigme de Milgram.

Contrairement à l'expérience de Milgram, le choc maximum que pouvait administrer le sujet était de 390 volts. Dans la mesure où le taux d'obéissance ne constituait pas la réponse comportementale recherchée par les chercheurs, le tableau ci-dessous (tableau 1.6) ne présente que le voltage moyen auquel sont parvenus les sujets.

Durée de la conversation entre le sujet et l'élève			
0 minute	**3 minutes**	**6 minutes**	**12 minutes**
277.1	273.0	240.0	174.4

Tableau 1.6

Niveau moyen des chocs administrés à l'élève selon les conditions d'intimité préalable (en volts)

Comme on le voit, un contact préalable avec la future victime a un effet sur le comportement du sujet. Celle-ci reçoit, en moyenne, des chocs d'autant plus faibles qu'elle a eu, au préalable, une conversation de longue durée avec le sujet. Toutefois, il convient d'observer que seule la dernière condition est statistiquement significative des autres conditions. Il est donc difficile de savoir si c'est la durée ou le tour pris par la conversation (questions personnelles) qui ont exercé un impact. Quoi qu'il en soit, ces résultats montrent qu'un contact préalable avec la victime réduit l'obéissance du sujet. Bien évidemment, cette recherche ouvre plus de questions qu'elle ne propose de réponses. On peut se demander, en effet, si les sujets répugnent plus à faire souffrir leur victime en raison d'une sympathie créée lors du

contact préalable ou simplement parce qu'ils estiment que la victime connaît maintenant des choses sur eux.

■ *Le groupe d'appartenance et l'identification à la victime*

Plutôt que de se focaliser sur une certaine proximité purement physique avec la victime, certains travaux ont évalué le poids d'une variable en apparence plus symbolique mais peut-être plus puissante : la distance sociale avec la victime. Plusieurs études de ce type ont été entreprises – nous avons eu l'occasion de mentionner l'impact que pouvait avoir une victime noire sur le comportement de sujets blancs – mais la recherche de Brant (1980) est la plus intéressante dans la mesure où elle a étudié l'impact de la distance sociale manipulée par son versant économique et sociologique et par la couleur de peau de la victime.

Son expérience, qui utilisait des étudiants et des étudiantes en première année de psychologie, reprenait le paradigme de Milgram avec feed-back auditif mais où le niveau de choc était laissé à l'appréciation du professeur. Selon le cas, le compère qui jouait le rôle de l'élève était de race noire ou blanche mais Brant (1980) avait fait en sorte qu'il y ait correspondance d'âge, de poids, de taille, etc. Dans la moitié des cas, l'élève était présenté comme un étudiant de seconde année et était vêtu normalement. Il s'agissait donc d'une personne socialement proche du sujet. Dans l'autre cas, à l'aide de maquillage et d'un jeu de rôle, on faisait en sorte d'accroître la distance entre l'élève et le sujet. Lorsque l'élève était noir, il apparaissait mal vêtu, parlant lentement et avec un accent « petit nègre », peu intelligent, tandis que lorsqu'il était blanc, il apparaissait sale, vêtu comme un hippie, l'air ailleurs, etc. Il s'agissait donc de faire croire au sujet qu'il s'agissait d'une personne aux caractéristiques sociales inférieures à celles du sujet. Le reste se déroulait comme chez Milgram. Le sujet choisissait le choc à administrer sachant que, ici, le maximum était de 350 volts.

Les résultats obtenus dans les quatre groupes de sujets sont présentés dans le tableau 1.7 ci-dessous. Dans la mesure où tous les sujets participaient, c'est la moyenne du voltage maximum employé qui a été mesurée.

	Race de l'élève	
	Noire	Blanche
Proximité sociale	285.6	107.3
Distance sociale	160.5	89.0

Tableau 1.7
Niveau moyen d'administration de chocs (en volts) selon la race et la distance sociale de l'élève avec le sujet

À l'évidence, dans les deux cas de figure, l'élève de race noire est plus sévèrement puni pour ses erreurs. Cela va à l'encontre de précédents résultats (Larsen, Colen, Von Flue et Zimmerman, 1974) que nous avons mentionnés auparavant. Il semble que le fait de ne pas appartenir à son groupe ethnique soit un facteur suffisant de stigmatisation plus forte de l'élève. On montre qu'une forte distance sociale conduit à moins de dureté de la part du professeur. Pour Brant, ce résultat proviendrait d'un effet d'empathie plus marquée à l'égard de la victime en raison de sa condition sociale défavorable : celle-ci n'aurait pas beaucoup de chances dans la vie et il serait inutile de la faire souffrir davantage. Par contre, lorsque l'élève est de même niveau social que le professeur, celui-ci se montre nettement plus dur envers lui. Pour Brant, les considérations sociales n'interviendraient pas et conduiraient les sujets à se comporter comme ils l'ont toujours fait dans l'expérience de Milgram. On notera néanmoins que si les chocs expédiés à la victime de race blanche sont sensiblement de même niveau que ceux expédiés par les sujets de Milgram (qui utilisait des sujets blancs et des élèves de race blanche) en condition de choix du choc, ce n'est plus le cas lorsqu'elle est de race noire. Il semble que les effets de différenciation ethniques opèrent en défaveur des élèves du groupe extérieur. Même dans ces cas extrêmes, ces facteurs de différenciation semblent opérer de manière toujours négative.

Les expériences que nous venons de présenter ont eu pour objet la manipulation des caractéristiques de la victime ou de la distance physique entre elle et le sujet. Rappelons toutefois que si la victime est un élément clé de cette trilogie professeur-élève-expérimentateur, celle qui a le plus d'importance est, semble-t-il, le représentant de l'autorité. Pour cette raison et toujours dans le cadre de ce registre des variables contextuelles, Milgram a tenté d'apprécier l'impact de ce facteur en manipulant, comme précédemment, l'effet de la distance physique qu'il y avait entre l'expérimentateur et le professeur mais, également, en manipulant son degré de légitimité.

2.1.3 La proximité de l'autorité

Dans la mesure où l'on sait que les injonctions de l'autorité semblent avoir un impact fort sur le comportement du sujet si l'on compare les résultats des niveaux de chocs expédiés en condition de choix du niveau de punition et ceux observés en condition de base, on est en droit de penser que la présence de l'autorité exerce une influence déterminante sur le sujet. Milgram a tenté de tester cet aspect de la relation entre le sujet et l'autorité. Dans une première série d'expériences où cent-vingt hommes ont été testés (toujours des volontaires obtenus par voie de presse pour une demande de participation à une étude scientifique sur la mémoire), Milgram a repris la condition de base (toujours cette volonté de réplication) et a manipulé deux autres conditions où l'implication de l'autorité diminuait. Néanmoins, à la lecture de l'article dans lequel cette expérience a été présentée (Milgram, 1965*a*), on

constate que l'autorité était à quelques pas seulement du sujet-professeur. Or, dans les autres expériences, il semble qu'elle était éloignée de deux à trois mètres. On verra que cette différence à son importance. Dans la seconde condition, après avoir donné ses instructions, l'expérimentateur quittait la salle et donnait ensuite ses injonctions de continuer par téléphone. Enfin, dans une troisième condition, les instructions étaient simplement données par une bande enregistrée activée dès l'entrée du sujet dans le laboratoire. Cette fois, l'autorité n'était plus présente ni physiquement ni à distance. Les résultats qui ont été obtenus sont présentés dans le tableau 1.8 ci-dessous. Bien entendu, ici, le critère de l'obéissance a été celui défini par Milgram : trois fois 450 volts.

Expérimentateur présent[1]	Expérimentateur donnant ses ordres par téléphone	Bande enregistrée
90.0	22.5	12.5

Tableau 1.8

Taux d'obéissance totale (en %) selon le degré de proximité de l'expérimentateur

On mesure, sans ambiguïté, l'importance de la présence de l'autorité sur le comportement d'obéissance du sujet. Il ne s'agit donc pas d'une obéissance aveugle uniquement imputable au respect d'un contrat initialement donné. Il semble que la présence physique renforce ce pouvoir vraisemblablement en rendant plus difficile pour le sujet son opposition aux ordres. Lorsque l'autorité n'est plus présente, cette opposition devient importante. Des anecdotes intéressantes sont également rapportées par Milgram sur le comportement du sujet lorsque l'autorité n'était pas présente. Ceux-ci étaient observés par le biais d'une glace sans tain et tous les chocs qu'ils expédiaient étaient automatiquement enregistrés. On a pu observer que certains sujets ont administré des chocs moins élevés que ceux qu'ils devaient administrer. Ils n'ont d'ailleurs pas hésité à mentir à l'autorité en condition de contact téléphonique en assurant qu'ils avaient bien expédié le choc à l'intensité voulue.

On constate bien que la présence physique de l'autorité a un impact considérable sur le comportement du sujet. Il semble que ce soit bien cette présence et elle seule qui conduise le sujet à la défier. Milgram (1974)

1. On peut constater que le taux de soumission est plus élevé que celui observé habituellement. Bien que cela puisse être lié à des variations d'échantillonnage, la différence est statistiquement significative. Aussi, on est en doit de penser que ce taux plus élevé est certainement lié au fait que cette condition n'était pas totalement identique aux conditions de base utilisées précédemment dans la mesure où l'autorité était bien plus proche, physiquement, du sujet.

rapporte une autre expérience où on a commencé par des instructions par téléphone puis par un retour de l'expérimentateur dans la salle. Les résultats montreront un taux d'obéissance totale conforme à celui de la condition de base. Même si le sujet a défié l'autorité, par exemple en n'administrant pas le choc à l'intensité demandée, le retour de l'expérimentateur le conduit à adopter, à nouveau, un comportement de soumission totale. Il semble donc plus difficile de défier l'autorité si elle est physiquement présente à quelques pas ou mètres de vous.

Cet effet de l'importance de la simple présence physique de l'autorité est encore renforcé par les résultats observés par Mantell (1971). Ce chercheur avait en effet montré un taux plus élevé d'obéissance en condition contrôle dans son expérience (choix de l'expédition ou non d'un choc par le professeur) lorsque l'autorité ne cessait de répéter, à chaque hésitation du professeur, que c'était à lui de décider mais que, s'il le faisait, il fallait qu'il augmente graduellement le niveau de choc par rapport au précédent. Même si le taux d'obéissance a été bien moindre ici que dans la condition où l'expérimentateur exhortait le professeur à continuer (7 % en condition contrôle à 450 volts contre 85 % en condition expérimentale), on a tout de même observé une augmentation du niveau moyen de punition (50 % à 250 volts contre 5 % en situation contrôle habituelle). Si l'on se fonde sur les expériences antérieures, il n'est donc pas étonnant que cette « demi-pression » exercée par l'autorité ait produit un « demi-effet ».

2.1.4 La légitimité de l'autorité

Indépendamment de cette présence physique, il ne faut pas oublier le cadre institutionnel dans lequel l'expérience de Milgram s'est déroulée et la légitimité accordée à ceux qui y travaillaient. En effet, l'expérimentateur, source d'autorité, est ici le porteur d'un projet scientifique, un expert de surcroît légitimé par son appartenance à une université célèbre aux États-Unis et mondialement connue : l'université de Yale. Mais, lorsque l'on érode cette légitimité en retirant ce prestige institutionnel à l'expérimentateur ou en lui retirant toute expertise, obtient-on les mêmes résultats ? Cette question a intrigué plusieurs chercheurs, dont, naturellement, Stanley Milgram lui-même. En 1965, celui-ci imagina de déplacer le lieu d'expérimentation tout en conservant l'intégralité de la procédure (Milgram, 1965*a*). Cette recherche a été réalisée par quarante hommes toujours sélectionnés de la même manière que dans toutes les autres expériences. La procédure générale de cette expérience était identique à la condition de feed-back auditif. Toutefois, plutôt que d'avoir lieu dans les locaux de l'université de Yale, celle-ci avait lieu dans un immeuble d'une banlieue industrielle d'une ville moyenne des États-Unis (Bridgeport). Dans l'annonce parue dans la presse pour les sollicitations de sujets, l'expérience était supposée être conduite par une organisation inconnue appelée les « chercheurs associés de Bridgeport ».

L'expérience se déroulait dans des bureaux d'un immeuble commercial situés dans une zone industrielle. Lorsque le sujet arrivait, il était accueilli de la même manière et par les mêmes protagonistes que dans les expériences précédentes. On disait aux sujets, s'ils en faisaient la demande, que l'organisation qui faisait la recherche était privée et appartenait à un groupe d'industriels faisant des enquêtes.

Les résultats obtenus dans cette expérience montreront un taux d'obéissance totale de 47.5 %. Certes, comme on le voit, ce taux est légèrement inférieur à celui observé traditionnellement dans le laboratoire de l'université de Yale mais il est tout de même très élevé. Il est donc possible que la légitimité de l'autorité soit incarnée dans l'exercice de son activité scientifique et non pas par l'institution où il l'exerce. Il est à noter que Milgram (1974) rapporte, à l'issue de l'entretien post-expérimental, des faits qui ont montré que les sujets avaient plus de doutes sur ces chercheurs que lorsque l'expérience se déroulait à l'université de Yale. Aussi, nous avons tenté de comparer les courbes d'apprentissage dans les deux lieux. Ces courbes sont présentées dans la figure 1.9 ci-dessous.

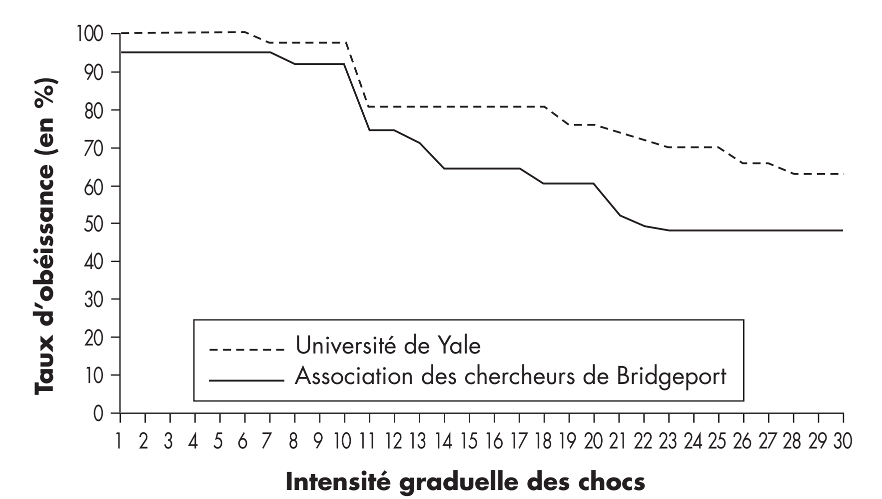


Figure 1.9

Courbes d'obéissance selon le lieu d'expérimentation

Comme on peut le voir, quelques petites différences peuvent être observées entre les deux conditions. Lorsque l'expérience s'est déroulée à Bridgeport, deux personnes ont refusé de participer à l'expérience. On observe en outre que la désobéissance est plus linéaire alors que, à l'université de Yale, elle est monotone. Néanmoins, passé le vingt-troisième curseur (345 volts), moment où l'élève ne réagit plus, on observe la même stagnation dans les deux situations. Conjuguée au taux final d'obéissance obtenu dans les deux situations, on confirme, ici, le faible impact du lieu d'expérimentation. Il

semble donc que la légitimité de l'autorité, dans cette expérience, ne soit pas incarnée par son lieu d'exercice.

Une autre façon de tester cette légitimité de l'autorité est celle employée par Mantell (1971). Plutôt que de se fonder sur le prestige de l'institution scientifique, celui-ci a imaginé de faire venir le sujet alors qu'un compère-professeur était déjà en train d'officier. L'expérimentateur prétextait un retard et demandait donc au sujet de rester dans la salle et d'attendre. La procédure avec le compère-professeur reprenait et, alors qu'il s'opposait à l'autorité, et l'interrogeait sur les raisons de continuer, on apprenait que l'expérimentateur était, en fait, un étudiant, n'appartenant pas à l'institut scientifique où se déroulait l'expérience et qui réalisait une expérience qui n'était pas supervisée. De fait, on observera, lorsque le sujet se retrouvait quelques minutes après en position de professeur, une diminution du taux d'obéissance finale. Toutefois, comme dans l'expérience précédente, 52 % des sujets iront jusqu'au bout. En outre, il faut savoir que le compère-professeur qui précédait le sujet avait pour consigne de désobéir. Or, ce facteur a déjà, en soi, un impact sur le comportement de désobéissance du sujet. Aussi, trouver un taux aussi élevé de soumission montre bien à quel point cette légitimité accordée est difficile à ébranler. Ceci est d'autant plus vrai qu'une recherche de Bock et Warren (1972) a comparé l'obéissance des sujets selon que l'expérimentateur était un étudiant ou un prêtre. Aucune différence ne sera observée : le niveau de choc restant élevé dans les deux cas.

Bien entendu, ces trois expériences relatées ne sont pas comparables. Chez Milgram, la légitimité scientifique est conservée mais plus la légitimité institutionnelle tandis que dans celle de Mantell, la légitimité institutionnelle est maintenue mais l'autorité perd un peu de crédit. Il semble que pour tester cet effet de la légitimité, il faudrait pouvoir faire une expérience combinant un lieu moins prestigieux et une autorité moins légitime.

2.1.5 Autorité contradictoire

La cohésion du comportement de l'autorité peut être un aspect qui participe à la confiance qu'on lui accorde et, du coup, favorise la soumission du sujet. Qu'advient-il si l'autorité doute de la nécessité de continuer ?

Cette interrogation a fait l'objet d'une expérimentation de la part de Milgram. Il imagina une reprise de son paradigme (Milgram, 1974) où il n'y avait pas une, mais deux sources d'autorité (deux expérimentateurs vêtus chacun d'une blouse de laboratoire) présentes dans la salle d'apprentissage en compagnie du sujet. Il était prévu qu'à un moment donné (à 150 volts exactement), ces deux autorités soient en contradiction. L'une disait qu'il fallait arrêter en raison des risques qu'il y avait à continuer tandis que l'autre persistait à dire qu'il était indispensable de continuer. Les résultats qui furent

obtenus et que nous présentons dans la figure 1.10 ci-dessous avec la courbe d'obéissance obtenue en condition où le sujet est soumis à une seule autorité parlent d'eux-mêmes sur les effets de cette contradiction.

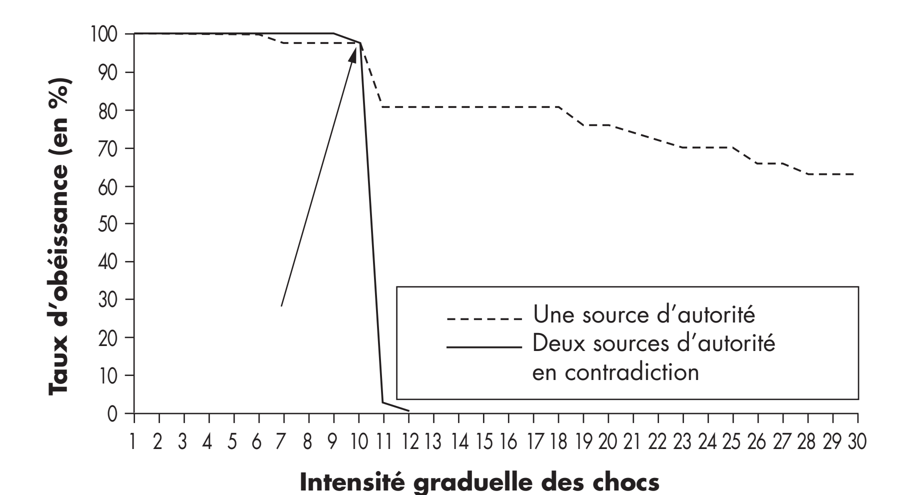


Figure 1.10

Courbes d'obéissance dans le cas du paradigme de base avec feed-back audio et dans celui où deux autorités se contredisent sur la poursuite de l'expérimentation

La flèche marque le moment où la contradiction entre les deux autorités apparaît. Le résultat est éloquent : la quasi-totalité des sujets cesse immédiatement l'expérience. Seul un sujet poursuit encore à un niveau. Au final, 0 % d'obéissance est obtenu. Il est clair que les sujets ont puisé dans cette contraction apparente entre les deux sources d'autorité, les ressources nécessaires pour défier l'une des autorités et pour revenir sur le contrat initial.

■ *Le contexte : un puissant facteur d'influence*

L'ensemble des travaux que nous venons de présenter montre bien à quel point les variations contextuelles introduites dans le dispositif expérimental peuvent influencer le comportement du sujet. On a pu voir ici que le taux d'obéissance peut varier de 90 % à 0 % alors même que, de manière générale, les sujets ont les mêmes caractéristiques et que la tâche qui leur est demandée et les instruments pour la réaliser sont les mêmes. La preuve est faite que ce contexte que l'on manipule constitue une information captée, intégrée et analysée par le sujet et qui, selon le cas, le conduit à obéir plus massivement ou à défier l'autorité. Il s'agit là, encore une fois, de la preuve manifeste que le sujet n'est pas plongé dans un état second dès les débuts de l'expérience et qui l'empêche d'être sensible à la souffrance de la victime. Il n'est pas non plus le monstre qui cherche à exprimer sa perversion en faisant

souffrir quelqu'un qui ne lui a rien fait. Au contraire, il semble être à l'affût de tout ce qui peut lui permettre de se tirer de la situation conflictuelle dans laquelle il se trouve. Cela tend bien à prouver que c'est bien l'insertion du sujet dans un contexte donné qui le prédispose à obéir aux ordres.

2.2 Les facteurs dispositionnels et la soumission

Si les travaux précédents ont bien mis en évidence que l'hypothèse d'un sujet avide d'exercer sa cruauté en faisant souffrir une personne ne résiste pas bien longtemps à l'investigation scientifique (on se demande dans ce cas, pourquoi, en condition de choix, les sujets ne vont pas directement à 450 volts), pour autant, on ne peut exclure que d'autres facteurs de différenciation de la personnalité puissent exister. Aussi, tout naturellement, une telle hypothèse explicative a-t-elle fait l'objet d'investigations même, si, au demeurant, ceux qui ont effectué ces recherches pouvaient difficilement expliquer les effets de situation présentés ci-dessus en termes de différence de personnalité. Il en va de même des travaux sur les croyances des sujets ou sur leur degré d'inconscience dans les enjeux de la tâche. Chacun de ces aspects a fait l'objet de recherches, ce qui permet aujourd'hui de fournir quelques renseignements sur l'importance de ces facteurs qui, malgré leur différence, ont tous en commun le même sujet d'étude : l'individu qui commence à presser les boutons. On est donc là, comme on le voit, loin des préoccupations situationnelles si chères à Milgram.

2.2.1 Personnalité et soumission : des gens résistants et soumis par nature ?

Malgré les variantes situationnelles, on trouve toujours des sujets qui obéissent ou qui désobéissent alors que l'on s'attendait à l'effet inverse. On peut donc penser qu'il y a des effets liés à la personnalité du sujet. À notre connaissance, c'est encore Milgram, comme on le voit, non réfractaire à une telle hypothèse, qui a initié ce type de travaux. En 1966, Emls et Milgram procéderont en effet à des tests de personnalité et à des entretiens de nature quasiment clinique appliqués aux sujets avant qu'ils ne commencent les expériences en condition de base. Par la suite, selon que les sujets étaient obéissants ou désobéissants, leurs scores ont été comparés.

Le test du MMPI (test de personnalité mesurant certains traits de personnalité comme l'anxiété mais aussi des dimensions de la nosologie psychiatrique) a été appliqué aux sujets. Le *California F Scale* était également administré (autre test de personnalité fondé sur l'inventaire de traits : anxieux, intolérant, etc.). Des questions complémentaires étaient également posées (description de la personnalité de leur père, mère et de soi-même, punition de ses enfants, punitions subies, etc.). Dans un second temps, une

évaluation sous forme de traits de différents concepts était effectuée. Les sujets devaient évaluer différents concepts qui leur étaient donnés (université de Yale, Justice, Leader, Adolf Eichman, etc.) à l'aide d'échelles d'adjectifs bipolaires (dur-souple, bon-mauvais, etc.). Ensuite, on lisait au sujet des situations hypothétiques portant sur des problèmes d'obéissance et de désobéissance à l'autorité, la punition et le pardon à l'égard d'autrui, etc. On leur demandait de donner leur avis sur chaque situation.

Comme on le voit, Elms et Milgram n'ont pas lésiné sur les moyens d'investigation de la personnalité. De plus, ils ont systématiquement tenu compte du niveau d'éducation des personnes dans leur analyse. Pour autant, peu de différences seront observées et encore ne seront-elles pas toujours consistantes. On observera ainsi que les sujets obéissants s'estimaient moins proches de leur père que les désobéissants. Également, ces derniers ont fait mention de plus de privation émotionnelle et physique et plus de punitions physiques que les sujets obéissants. S'il semble que les sujets désobéissants ont manifesté plus de difficulté relationnelle avec leur principale figure d'autorité – ici, le père – cela n'affecte pas leur évaluation. En effet, on observera que les sujets obéissants utilisent plus de traits négatifs et moins de traits positifs que les sujets désobéissants pour décrire, spontanément, la personnalité de leur père ou de leur mère. Une différence sera également observée avec le *California F Test* : Elms et Milgram observant que les désobéissants manifestent un trait de dominance plus élevé mais qu'ils apparaissent également comme ayant un plus haut niveau de responsabilité sociale. Toutefois, pour les nombreuses autres dimensions potentiellement en lien avec un comportement de soumission ou de non-soumission (agressivité, frustration, inhibition, etc.), aucune différence ne sera observée. Il reste donc difficile de tirer des conclusions sur de telles différences notamment lorsqu'elles ne sont pas corroborées par des différences marquées avec les tests de personnalité comme le MMPI avec lequel aucune différence n'a été observée entre les sujets obéissants et désobéissants. Elms et Milgram concluront d'ailleurs leur article en disant qu'une personnalité bien déterminée n'est pas associée avec l'un ou l'autre des comportements même s'il existe quelques petites dimensions qui, ça et là, produisent des distinctions entre les personnes.

Malgré ces résultats peu encourageants, d'autres recherches ont tenté d'évaluer le poids de facteurs dispositionnels ou personnologiques dans le cadre de la soumission à l'autorité. Miranda, Caballero, Gomez et Zamorano (1981), dans une recherche conduite en Espagne, ont utilisé une échelle d'introversion-extraversion et n'ont pas trouvé d'effet. Néanmoins, ces chercheurs ont également invoqué le manque de relation de cette dimension avec l'autorité. De fait, l'autoritarisme (attitude d'obéissance favorable envers une autorité morale) serait une mesure adéquate. Aussi, quelques recherches ont été réalisées avec cette échelle. Altemeyer (1988) trouvera, avec une échelle d'autoritarisme, une corrélation avec la punition. Toutefois, ici, il s'agissait

d'une auto-administration de chocs (le sujet s'expédiait des chocs électriques lorsqu'il se trompait) dans le cadre d'une tâche d'apprentissage verbal. On n'est donc pas dans le cas de l'expérience de Milgram. Le niveau de jugement moral semble également avoir un effet puisque l'on a trouvé des scores plus élevés chez les sujets désobéissants (Kohlberg, 1969). Burley et McGuiness (1977) ont également observé que ceux ayant un score d'intelligence sociale (aptitude à comprendre les autres personnes) élevé obéissaient moins à l'expérimentateur. Le niveau de confiance que l'on accorde à la source d'autorité serait également un facteur influent de l'autorité. On peut donc penser que plus le sujet fait confiance à l'autorité (chocs douloureux mais pas mortels) plus il obéit. Holland (1967) n'a pourtant pas trouvé de relation entre confiance et obéissance.

Comme on le voit, certains résultats sont observés mais toutes les dimensions ne sont pas des dimensions de personnalité (par exemple, l'intelligence sociale). Il n'y a pas toujours de consistance entre les recherches et, surtout, entre les dimensions mesurées et le comportement du sujet. De plus, nous n'avons pas cité ici les nombreuses recherches où aucun effet n'a été observé (*cf.* à ce sujet Blass, 1991). Les quelques résultats observés apparaissent plus comme anecdotiques et on ne peut pas conclure qu'il y a une structure de personnalité en lien avec l'obéissance et une autre avec la désobéissance.

2.2.2 Rôle des croyances dans l'obéissance

Un autre facteur qui a été évalué comme cause possible de différenciation entre les obéissants et les désobéissants est constitué par les croyances des sujets et leur effet sur le comportement. Miller (1975) a observé que des sujets externes au sens de Rotter (1966) (personnes qui expliquent ce qui leur arrive à l'aide de causes externes : « j'ai réussi à l'examen car cette année le sujet était facile », « j'ai échoué parce que les membres du jury étaient des vieux ») obéissaient plus à des ordres émanant d'une autorité de haut statut que de bas statut. Il serait donc potentiellement plus sensible à la légitimité de l'autorité. Néanmoins, on ne trouve pas le pendant d'une telle sensibilité avec les sujets internes (personnes qui expliquent ce qui leur arrive à l'aide de causes internes : « j'ai réussi à l'examen car cela fait un an que, chaque semaine, je consacre 10 heures par semaine à ça », « j'ai échoué parce que j'ai "glandé" toute l'année »). Holland (1967), contrairement à Miller (1975), avait observé que les internes apparaissaient moins obéissants dans cette condition. Pour Strickland (1977), il y aurait donc la preuve que les personnes internes se rebellent plus contre les ordres émanant de l'expérimentateur. Cette hypothèse, quoique très intéressante, n'a pas été démontrée de manière expérimentale. Schurz (1985) qui a amené des sujets à administrer des « ultrasons » qualifiés de graduellement douloureux à des victimes, a observé 80 % d'obéissance totale mais aucun lien n'a pu être établi entre l'obéissance et l'internalité/externalité ou avec d'autres échelles de

croyances ou de personnalité. Il observera simplement que les sujets désobéissants acceptaient plus la responsabilité personnelle de leurs actes que les sujets obéissants.

En ce qui concerne la croyance religieuse, différentes recherches ont également été réalisées. L'idée étant que les personnes croyantes sont plus susceptibles d'obéir en raison de l'acte d'obéissance en une entité spirituelle qui est associée à la croyance religieuse. Une recherche de Bock et Warren (1972) corroborera cette hypothèse en montrant que l'obéissance tend à croître au fur et à mesure que le degré d'orientation religieuse du sujet croît. Ainsi, les sujets croyants et pratiquants sont plus obéissants que les sujets non croyants. Toutefois, dans leur recherche, les niveaux de chocs ne seront pas très élevés puisque le sujet était laissé libre de la punition à administrer. Le fait que la vie soit sous le contrôle d'une entité divine influence peut-être le sujet et le conduit à être plus obéissant mais cela reste encore à démontrer.

Comme on le voit, dans l'ensemble, il n'y a pas de lien véritable entre croyance et obéissance. Bien entendu, nous devons rester prudents en raison du faible nombre de recherches ayant étudié ce lien. Néanmoins, pour l'heure, on est bien obligé d'admettre qu'il n'y a pas, comme pour la personnalité, de preuves expérimentales de la validité d'une hypothèse selon laquelle la soumission à l'autorité résulterait de croyances possédées par les sujets.

2.2.3 L'hypothèse d'un sujet inconscient de ses actes

L'hypothèse d'un sujet non conscient de ce qu'il faisait a également été avancée pour expliquer les taux aussi élevés d'obéissance dans le cadre du paradigme de Milgram. Cette hypothèse ne résiste pas longtemps à l'examen du comportement des sujets qui, pour la plupart, sont passés par les affres de la souffrance morale parfois la plus extrême afin de produire le comportement attendu de la part de l'expérimentateur. On a du mal, ici encore, à expliquer les effets de certaines variables situationnelles si, comme on le dit, le sujet est totalement inconscient de ses actes. L'inconscience, dans toutes les conditions, devrait conduire le sujet à exprimer le même niveau de soumission.

■ *L'obéissance au risque de sa propre sécurité : un sujet aveugle et… sourd*

Afin de tester la pertinence de cette hypothèse, quatre chercheurs ont imaginé de renforcer cette prise de conscience chez les sujets. L'expérience de Martin, Lobb, Chapman et Spillane menée en 1976 constitue une innovation majeure du paradigme de Milgram dans la mesure où les risques encourus par l'acte exigé de l'autorité n'étaient pas susceptibles de porter atteinte à la santé physique d'autrui mais à celle du sujet. De fait, en procédant ainsi, le sujet devrait prendre conscience, de manière plus radicale, des enjeux liés

aux attentes de l'expérimentateur. Il fallait toutefois imaginer quelque chose de crédible et d'alternatif à l'expédition de chocs électriques. Martin et ses collaborateurs imaginèrent un dispositif expérimental où on faisait croire au sujet que, en se soumettant aux injonctions de l'autorité, il encourait des risques pour sa propre santé. Dans leur expérience où quarante-deux adolescents d'un collège australien étaient utilisés comme sujets, la console permettant traditionnellement d'expédier les chocs électriques était remplacée par un émetteur « de sons de haute fréquence » présenté sous la forme d'un grand enregistreur avec de multiples raccordements et un casque d'écoute. Sur la paroi de l'enregistreur, apparaissaient des niveaux indiquant les risques associés à l'émission de sons de différentes fréquences (0 : pas de danger… 3 : danger condition 1 – risque possible d'une perte auditive de l'ordre de 5 %… 8 : niveau de danger extrême – perte auditive de l'ordre de 50 % enregistrée à ce niveau… 10…). La source d'autorité dans cette expérience était incarnée par un homme se présentant comme un scientifique spécialiste du son. Il expliquait ensuite au sujet qu'il allait devoir écouter des sons de très haute fréquence allant de seuils sans danger à des seuils dangereux où on savait que seule une personne sur vingt n'avait aucun risque en raison de capacités auditives particulières. L'expérimentateur prétextait que le but de l'expérience était de repérer certaines habilités à écouter des sons haute fréquence au-delà des capacités normales humaines. On rajoutait que l'on souhaitait, pour l'intérêt de la recherche, que le sujet puisse aller dans les plus hauts niveaux de fréquences. L'expérimentateur insistait ensuite sur le caractère volontaire de la participation puis il demandait au sujet de remplir un pré-questionnaire permettant de mesurer son anxiété et sa confiance dans l'expérimentateur, pendant que lui-même s'occupait du matériel. L'expérimentateur rappelait ensuite les risques au sujet et lui demandait de bien lire la grille des risques affichée. Puis le casque était placé sur les oreilles du sujet et celui-ci commençait l'expérience. On enregistrait le niveau d'émission de sons haute fréquence que le sujet s'auto-administrait puis on lui demandait de s'arrêter. Le sujet était ensuite interrogé sur les raisons qui l'avaient poussé à choisir telle ou telle fréquence.

Sur les quarante-deux sujets de l'expérience, trente-neuf ont accepté de continuer à participer (92.8 %). Comme le choix de la fréquence était laissé à l'appréciation du sujet, la proportion de sujets pour chaque niveau de risque a été calculée et elle est présentée dans le tableau 1.9 ci-après.

Niveau d'émission et message mentionné	Proportion
N0 : pas de danger	0.0
N1 : 5 % de perte auditive possible	0.0
N2 : 8 % de perte auditive possible	0.0
N3 : danger condition 1 – 10 % de perte auditive possible	2.6

☞

☞

N4 : danger condition 2 – 12 % de perte auditive possible	0.0
N5 : danger condition 3 – 15 % de perte auditive possible	2.6
N6 : danger de haut niveau – 20 % de perte auditive possible	15.4
N7 : danger de haut niveau – 30 % de perte auditive possible	10.3
N8 : danger de très haut niveau – 50 % de perte auditive à ce niveau	10.3
N9 : condition bleue - fréquence ultra fréquence maximum	5.1
N10…	53.9

Tableau 1.9

Proportion de sujets ayant choisi l'un des 11 niveaux mentionnés sur la grille (en %)

Dans cette expérience, 54 % des sujets (21 personnes sur 39) optent pour le niveau d'émission le plus élevé (vous aurez bien entendu compris qu'aucun son n'était émis) sachant que, selon les dires de l'expérimentateur, c'était celui qui présentait le plus d'intérêt scientifique pour lui. Pourtant ce niveau ne porte qu'une mention laconique contenant des points ouvrant à toute interprétation. De plus, en raison de la gradation progressive des niveaux de risques, on peut penser que ce niveau a bien été perçu comme le plus risqué. Pourtant, plus de la moitié des sujets choisissent ce niveau. On notera, en outre, que les autres sujets ont opté pour des niveaux de risques élevés puisque le cumul des fréquences montre que 92 % des sujets ont opté pour un niveau 6 et supérieur. D'une certaine manière, ces résultats confirment ceux de Mantell (1971). Ce chercheur avait en effet montré un taux plus élevé d'obéissance en condition contrôle dans son expérience (choix de l'expédition ou non d'un choc par le professeur) lorsque l'autorité ne cessait de répéter, à chaque hésitation du professeur, que c'était à lui de décider mais que, s'il le faisait, il fallait qu'il augmente graduellement le niveau de choc par rapport au précédent. On a observé que les sujets ont eu tendance à aller plus loin que lorsqu'ils étaient laissés absolument libres du choix de la punition. Nous avons déjà signalé qu'une demi-pression exerce une demi-obéissance totale. Il est donc possible que, dans l'expérience de Martin *et al.* (1976), la suggestion de ce que préférait l'expérimentateur a sans doute exercé la même pression et explique peut-être pourquoi un taux aussi élevé de personnes a été au dernier niveau ; le plus incertain de tous les niveaux.

L'analyse de l'entretien qui succédait à la phase d'expérimentation a montré que 90 % des sujets avaient eu foi en ce que disaient les expérimentateurs. Pour expliquer les raisons qui les ont conduits à s'auto-administrer de tels niveaux réputés dangereux, les sujets ont mentionné l'avoir fait dans 43 % des cas en raison de la confiance dans le caractère officiel de l'autorité de l'expérimentateur, 17 % en raison de l'importance des expériences, 17 %

en raison du caractère raisonnable de la demande et enfin 14 % en raison de la confiance accordée à l'expérimentateur en tant qu'être humain. C'est donc la confiance dans l'expérimentateur qui est le plus souvent invoquée pour justifier leur comportement et le choix du niveau le plus élevé. La confiance aveugle dans l'autorité semble d'ailleurs largement expliquer le comportement des sujets dans cette expérience, puisque des analyses complémentaires montreront que plus cette confiance est élevée, plus le sujet tend à utiliser un niveau élevé de fréquence d'émission.

On observe donc que la soumission est importante dans cette recherche et que, comme dans les travaux sur le paradigme de Milgram, la majorité des sujets atteint le dernier niveau alors que les conséquences de l'obéissance devraient affecter l'individu lui-même. Si on observe, comme le montre la figure 1.11 ci-dessous, les taux d'arrêt de soumission en surimpression avec les résultats de Milgram, on observe néanmoins de petites différences de tracé.

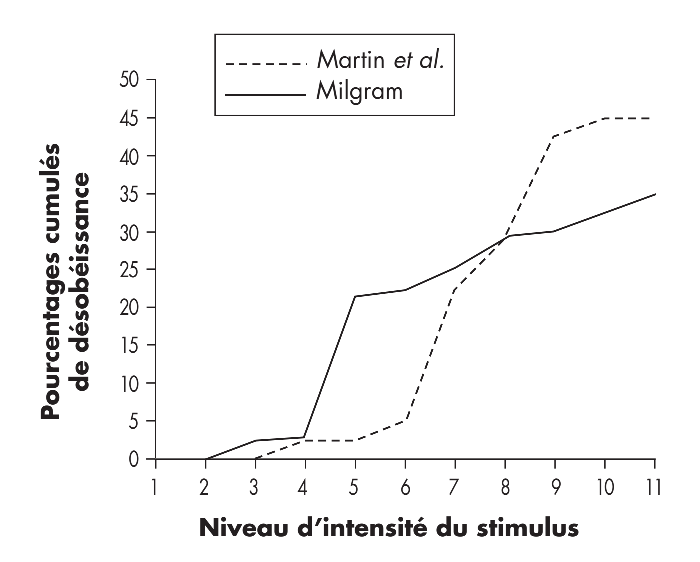


Figure 1.11

Taux de désobéissance cumulée dans l'expérience de Milgram en condition de feed-back audio et de Martin et al. *(1976)*

Comme on peut le voir, dans l'expérience de Martin *et al.*, la croissance est extrêmement monotone pour les six premiers niveaux. Le niveau 7 marque le début de la différenciation entre les sujets et la croissance des fréquences suit alors une tendance linéaire. Vraisemblablement, la mention « Danger de haut niveau » a fait son effet. Chez Milgram, la tendance est la même au début, on observe une progression monotone du taux de

désobéissance puis, à partir de 165 volts, ce taux de désobéissance fait un bon important (165 volts étant le moment où l'élève informait le sujet qu'il avait eu des problèmes cardiaques). Passé ce cap, la croissance de la désobéissance redevient monotone. On voit bien que certains sujets sont sensibles à l'information qui leur arrive et ne sont pas dans une démarche de pure soumission aux suggestions (expérience de Martin *et al.*) ou aux injonctions de l'autorité (expérience de Milgram).

On observe donc que, malgré le renforcement de la prise de conscience des conséquences de ses actes, le sujet maintient un haut niveau de soumission à l'autorité. Les résultats de cette expérience, joints à l'analyse du comportement des sujets dans le cadre du paradigme de Milgram et des différentes variantes contextuelles, ainsi que l'analyse de leur perception de la situation à l'issue des entretiens qui succédaient à l'expérience semblent attester que l'hypothèse de l'inconscience est néanmoins peu heuristique pour expliquer les résultats obtenus.

Dans cette partie, nous avons essayé de faire une analyse des travaux qui ont tenté de mettre en évidence le poids des facteurs inhérents à la personne et à sa structure psychologique et personnologique sur son comportement de soumission. Même si certains résultats intéressants sont observés, on ne peut pas dire que l'impact de ces facteurs soit aussi net que lorsque des variations situationnelles sont introduites. Bien entendu, nous ne contestons pas que certaines personnalités, certaines croyances, prédisposent à la soumission mais il semble que, de manière générale, le degré de variabilité des croyances et des personnalités est tel qu'il conduit à voir une large part de personnes aux caractéristiques très distinctives obéir à une autorité même lorsqu'il s'agit de commettre un acte moralement inacceptable. De plus, malgré quelques résultats, il ne faut pas oublier que la plupart des recherches relatées ici sont de nature corrélationnelle. Il reste à démontrer de manière expérimentale si diverses croyances, diverses personnalités conduisent bien à des différences importantes. Pour ce faire, il faudrait distinguer clairement ces différents types de personnalité et leur faire réaliser la tâche pour pouvoir ensuite les comparer. De plus, malgré ces différences, il ne faut pas non plus oublier une chose qui est très clairement mise en évidence dans l'analyse de la courbe d'obéissance des sujets en situation de base. Jusqu'à 300 volts, presque tous les sujets sont obéissants. Comme l'a mentionné Zimbardo (1974), la soumission est partout, même chez les sujets de Milgram qui ont désobéi. Ils n'ont pas protesté, pas voulu porter plainte, intervenir, etc., ils sont restés sur leur chaise, attendant poliment que l'autorité les laisse partir. Pour cet auteur, il n'y a donc pas à s'interroger sur les déterminants personnels de la soumission mais plutôt sur l'analyse des facteurs qui permettent d'éviter qu'elle ne se manifeste aussi facilement.

2.3 Comprendre l’obéissance par la désobéissance

La meilleure façon de comprendre pourquoi les sujets ont obéi ne serait-elle pas de voir comment les sujets ont été amenés à désobéir ? Si, comme nous avons pu le voir, quelques données liées à la personnalité du sujet ont été mises en évidence, d’autres chercheurs ont tenté une autre approche en étudiant précisément le comportement des sujets tout au long de la procédure. Cette approche, qui est la plus récente et qui prouve encore l’intérêt que de nombreux chercheurs en psychologie sociale portent à la soumission à l’autorité, est celle utilisée par Modigliani et Rochat en 1995. Ces chercheurs ont relevé que, dans le paradigme de Milgram, on a généralement expliqué le comportement des sujets en terme de facteurs situationnels et personnels. On sait aussi que, plus modestement, l’interaction entre ces deux niveaux d’analyse a été étudiée (Blass, 1991). Pourtant, selon eux, il conviendrait d’analyser ce paradigme et surtout ce qui s’y déroule de manière dynamique en tenant compte du fait que, tout au long de l’expérimentation, le sujet est inséré dans un processus d’interaction avec l’autorité, la victime et d’autres personnes et que cela peut conduire à faciliter l’obéissance ou conduire à la désobéissance. L’analyse des extraits filmiques de l’expérience de Milgram montre tout à fait que les interactions du sujet avec l’expérimentateur sont différentes selon les personnes et conduisent à des situations sociales distinctives même si, pour Milgram, les conditions expérimentales semblent être les mêmes : ces différences d’interaction provenant du sujet comme de l’expérimentateur selon un processus dynamique. En effet, on se doute bien que l’expérimentateur ne puisse pas toujours se comporter de la même manière selon les sujets et qu’il doit essayer d’adapter ses propos et son comportement en fonction des personnes même si on sait qu’il doit tenter de conserver le plus de neutralité possible en suivant la même ligne comportementale. Aussi, pour Modigliani et Rochat, on pourrait prendre en compte la dynamique de la situation et la personnalité du sujet. Pour ces chercheurs, il convenait donc de partir des séquences du film laissé par Milgram (1965*a*) où l’on pouvait voir des enregistrements du processus avec de nombreux sujets. L’interaction initiale entre le sujet et l’expérimentateur commencée, un échange mutuel entre les deux protagonistes (sujet et expérimentateur) s’amorce et se combine avec la logique de la tâche. Les propriétés caractérisant cet échange peuvent être, dès lors, indépendantes des traits des personnes. En effet, chez le sujet, l’accroissement de la tension et le stress qui l’accompagne ont forcément un impact sur l’interaction vécue avec l’expérimentateur. Cette interaction se décompose par phases, chacune reflétant un changement de stratégie pour atteindre l’objectif de l’expérience. Au début, une véritable coopération s’opère entre expérimentateur et sujet, puis, lorsque la victime se met à souffrir, une phase de tension s’amorce où la situation de collaboration devient inconfortable. Le sujet demande alors à savoir s’il est en phase avec l’expérimentateur sur ce que l’on attend de lui.

Celui-ci est d'ailleurs obligé de soumettre les injonctions prévues à cet effet. Si le sujet admet ce type de réponse, une phase de coopération reprend même si celle-ci est plus difficile. Cet accroissement de la difficulté est d'ailleurs largement mis en évidence par le comportement du sujet (hésitations, soupirs, regards vers l'expérimentateur, tics, rires nerveux, etc.). Dans le cas où la réponse de l'expérimentateur est perçue comme un désaccord, une phase de divergence succède et conduit à un accroissement de la tension du sujet. La conséquence est une sollicitation nouvelle destinée à justifier l'expérience conduisant l'expérimentateur à donner d'autres injonctions. Si celles-ci sont acceptées, une réduction de la divergence a lieu. Dans le cas contraire, la divergence s'accroît et on remarque que le sujet, dans cette condition, ne tarde pas à s'arrêter. Bien entendu, ces phases ne se déroulent pas dans un ordre aussi établi mais il y a fort à parier qu'elles suivent cette progression générale. Aussi, pour Modigliani et Rochat, dans la mesure où cette progression est attendue et qu'elle conduit à une défiance de l'autorité, on peut s'attendre à ce que plus cette procédure commence tôt, plus le sujet à de probabilités de ne pas obéir à l'autorité.

Afin de vérifier une telle hypothèse, Modigliani et Rochat ont donc réalisé une analyse de trente-quatre enregistrements audio-vidéo de la variation expérimentale du paradigme de Milgram menée à Bridgeport. Le comportement verbal du sujet faisait l'objet d'une codification, c'est-à-dire que ce qu'il disait était évalué afin de pouvoir placer ce propos dans une catégorie de réponses aux caractéristiques distinctives : comme si vous codiez sous la catégorie « refus » des propos comme « je refuse de continuer », « j'arrête », « je m'en vais », etc. Dans cette analyse, six types de catégories comportementales ont été créés :

1. *acquiescement sans nuance* (le sujet fait ce qu'on lui a demandé sans rien dire) ;
2. *demande de vérification* (« 450 volts alors ? », « Je suis à la fin de la liste, qu'est-ce que je fais ? »…) ;
3. *notification* (« Je n'entends plus rien », « Cet homme veut sortir », etc.) ;
4. *questions* (« Jusqu'où avez-vous l'intention que j'aille ? »…) ;
5. *protestations* (« Je suis désolé, mais je pense que si les chocs progressent comme cela, ce sera dangereux », etc.) ;
6. *refus* (« Je ne ferais plus rien tant que je ne sais pas que si cet homme va bien »…).

L'ensemble des propos des sujets était évalué selon la méthode des juges par deux observateurs. Les niveaux 1, 2 et 3 étaient catégorisés comme de l'obéissance tandis que les niveaux 4, 5 et 6 étaient catégorisés comme de la défiance à l'égard de l'autorité. En attribuant des valeurs numériques aux propos ou comportements du sujet, on pouvait donc réaliser certaines analyses statistiques. En dehors de ce codage, différentes informations sur le

comportement d'obéissance du sujet étaient mesurées : voltage final utilisé, voltage atteint au moment où le sujet manifestait la première forme de résistance, temps mis pour émettre la première forme de résistance.

Dans un premier temps, Modigliani et Rochat ont effectué des analyses de corrélation entre ces mesures et la codification des propos du sujet. Les résultats montrent une corrélation positive significative entre le temps de première utilisation d'une catégorie de résistance et le niveau d'obéissance ($r = .51$). Cela veut donc dire que plus le sujet résiste précocement à l'autorité, plus il a de probabilités de désobéir. Le même type de corrélation sera observé avec le voltage final administré ($r = .86$). Ici, plus le sujet résistait précocement à l'autorité, moins il administrait un choc final élevé.

Afin de bien rendre compte de cet effet de la précocité de la résistance sur le comportement final du sujet, Modigliani et Rochat ont distingué le taux de personnes qui ont arrêté avant 150 volts, entre 150 et moins de 450 volts et enfin ceux qui sont allés jusqu'au bout. Ils ont ensuite évalué, parmi ces personnes, celles qui avaient émis leur première résistance à continuer avant ou après 150 volts. Nous rappellerons que 150 volts constitue le moment où la victime proteste avec force et que c'est également la période où, en condition de libre choix d'administration du niveau de punition (condition dite contrôle), que le taux de personnes qui s'arrêtent est le plus important. Les résultats obtenus sont présentés dans le tableau 1.10 ci-dessous.

	Moment de première résistance notable	
	Avant 150 volts	**Après 150 volts**
Voltage final délivré		
150 volts ou moins	83.0	0.0
> 150 volts et < 450 volts	17.0	58.0
450 volts	0.0	42.0

Tableau 1.10

Répartition (en %) de la proportion du choc final délivré en fonction du moment de la première résistance notable (catégories 4, 5 et 6)

Comme on le voit, une résistance verbale précoce est prédictive du refus d'obéissance du sujet. Pour Modigliani et Rochat, il est vraisemblable que ce niveau de résistance verbale précoce altérerait la dynamique de l'interaction entre l'expérimentateur et le sujet. Ces chercheurs ont également émis l'idée que l'émission précoce d'un tel niveau de résistance permet d'éviter la rationalisation des comportements émis précédemment (par exemple, « je continue car au point où j'en suis, si j'arrête je remets en question ce que j'ai déjà accompli »).

Bien entendu, les résultats de ces deux chercheurs doivent être interprétés avec prudence puisqu'ils sont fondés sur des corrélations qui peuvent en fait cacher des mesures identiques (indépendance du sujet, moralité, etc.). Il faudrait donc trouver une méthode expérimentale pour que le sujet soit amené à résister à différents niveaux. La manipulation de la souffrance de la victime pourrait d'ailleurs permettre cela.

De manière pratique en tout cas, ces analyses montrent, encore une fois, que tout va dans le sens d'un faible impact des dispositions individuelles dans l'obéissance. Tout semble se trouver dans les interactions existantes entre le sujet et l'expérimentateur : interactions qui insèrent le sujet dans une disposition qui aboutit à l'obéissance ou à la défiance de l'autorité. Ces interactions permettent au sujet de juger du caractère bienveillant/malveillant de l'autorité et ainsi le prédisposent à défier l'autorité. Pour ces auteurs, un tel fonctionnement dynamique expliquerait comment certains individus, pendant la Seconde Guerre mondiale, sont parvenus à défier les autorités en apportant leur aide aux juifs.

2.4 La soumission à l'autorité : un acte de conformisme ?

Les travaux sur la soumission à l'autorité de Milgram, ont été, comme nous l'avons dit, fortement inspirés par les travaux de Asch (1951, 1956) sur le conformisme. Asch (1951) avait montré la relation entre l'environnement social d'un individu et le niveau avec lequel cet individu se fonde sur les autres pour former ses jugements publics. Cela conduit parfois à du conformisme de la part de l'individu (Asch, 1956) : un individu fournit la même réponse que celle d'un groupe majoritaire tout en sachant que le groupe se trompe. Toutefois les recherches ont montré que l'on doit distinguer le conformisme-signal du conformisme-action. Même si l'on pense qu'il y a un lien direct entre intention (obtenue par effet de la pression de groupe comme c'est le cas du conformisme) et comportement, on peut concevoir qu'un sujet ait l'intention de se conformer mais qu'il ne soit pas en mesure de transformer cette intention en acte. Dans le cas du paradigme de Milgram, les choses iraient même plus loin puisque le sujet n'a pas l'intention de faire quelque chose (faire souffrir quelqu'un qui ne lui a rien fait) mais est amené à le faire sous l'effet de la pression de groupe.

2.4.1 Le groupe comme modèle

Que le comportement du groupe serve de référence à chacun pour adapter son propre comportement ne surprendra personne notamment dans des

situations où l'on ne dispose pas d'une expertise pour réagir d'une manière appropriée. On sait que, en ce domaine, cette référence aux comportements des autres, que l'on a appelé la preuve sociale (Cialdini, 1990 ; Cialdini, Wosinka, Barrett, Butner et Gornik-Durose, 1999), a un impact considérable sur le comportement que nous adoptons notamment dans des situations où nous ne savons pas, spontanément, comment réagir. Dans ces circonstances, le comportement des autres sert de modèle et cela peut nous conduire à adopter un comportement approprié (par exemple faire face à un danger) mais également un comportement qui peut nous être préjudiciable à nous-mêmes comme à autrui.

Afin de vérifier l'effet du conformisme dans le cas où un comportement hautement problématique pour le sujet est demandé, Milgram, en 1964, a imaginé le dispositif expérimental suivant (Milgram, 1964*a*).

La procédure générale de cette expérience était conforme à celle utilisée par Milgram (1963) en condition de feed-back auditif. Toutefois, ici, au lieu des trois protagonistes habituels (sujet-professeur, compère-élève, expérimentateur-source d'autorité), deux compères supplémentaires ont été utilisés. L'expérimentateur accueillait les sujets (en fait le sujet plus les trois compères qui déclaraient venir également pour participer à l'expérience) et leur expliquait l'objectif de l'expérience (effet de la punition sur l'apprentissage). Puis, par tirage au sort (truqué comme toujours), il assignait les fonctions à chaque sujet. Comme d'habitude, un des compères se voyait attribuer le rôle de l'élève tandis que les autres (le sujet plus les deux compères qui restaient) devaient tenir le rôle de professeurs. C'est à ce moment-là que Milgram a introduit une répartition des tâches. Le premier compère devait lire la liste des mots à apprendre, ainsi que le mot cible et les quatre propositions de réponses soumises à l'élève pour chaque mot. Le second compère devait analyser la réponse de l'élève et dire si elle était correcte ou pas. Si elle était fausse, il devait donner la bonne réponse à l'élève. Enfin, le sujet devait punir l'élève en cas d'erreur en utilisant le générateur de chocs électriques. Comme d'habitude, l'expérimentateur expliquait qu'il s'agissait d'évaluer les effets de la punition sur l'apprentissage dans le cadre, cette fois-ci, d'un enseignement collectif. Puis, il disait que le niveau de punition devait être décidé en groupe et chacun devait proposer un niveau dans un ordre bien défini : premier compère, second compère, sujet naïf. L'expérimentateur rajoutait que n'importe quel niveau pouvait être choisi mais que celui qui serait administré devait être le plus bas de ceux proposés par un des membres du groupe. Après une phase de répétition des consignes, l'expérimentateur s'assurait que chacun avait bien compris son rôle et ce qu'il fallait faire et l'expérience commençait. Bien entendu, selon un plan de progression prévu à l'avance, les compères-professeurs augmentaient graduellement les chocs administrés à l'élève. Les erreurs et les protestations de « l'élève » étaient les mêmes que celles employées habituellement. Elles étaient

entendues par l'ensemble des protagonistes. Une situation contrôle était également introduite dans laquelle seul le sujet utilisé comme professeur et le compère-élève participaient à l'expérience. Le sujet devait décider seul du niveau de punition à administrer à l'élève.

Les résultats obtenus dans les deux conditions expérimentales ont été présentés dans le tableau 1.11 ci-dessous. Ils sont donnés ici en fonction de chaque mention portée sur le pupitre de commande.

Mention de l'intervalle du choc (voltage)	Expérimental (groupe)	Contrôle (seul)
Choc léger (15-60 volts)	7.5	57.5
Choc modéré (75-120 volts)	7.5	27.5
Choc fort (135-180 volts)	22.5	10.0
Choc très fort (195-240 volts)	15.0	0.0
Choc intense (255-300 volts)	10.0	0.0
Choc extrêmement intense (315-360 volts)	12.5	0.0
Danger : choc violent (375-420 volts)	7.5	2.5
XXX (435-450 volts)	17.5	2.5

Tableau 1.11
Taux de personnes (en %) à chaque niveau de chocs mentionné sur le pupitre de commande

Comme on peut le voir, si en situation contrôle où le sujet est seul, 85 % des sujets ne vont pas au-delà de 120 volts, on trouve néanmoins qu'ils ne sont que 15 % à ne pas aller au-delà de cette tension en condition expérimentale. Afin de faciliter encore plus la lecture de ces données, nous avons représenté graphiquement le taux d'obéissance pour chaque niveau de voltage dans les deux groupes. Nous avons également ajouté la courbe d'obéissance lorsque le sujet est seul mais que l'autorité lui enjoint d'augmenter graduellement la punition. Bien entendu pour permettre une comparaison, nous avons pris une condition avec feed-back auditif comme c'était le cas dans cette expérience. Les résultats sont présentés dans la figure 1.12 ci-après.

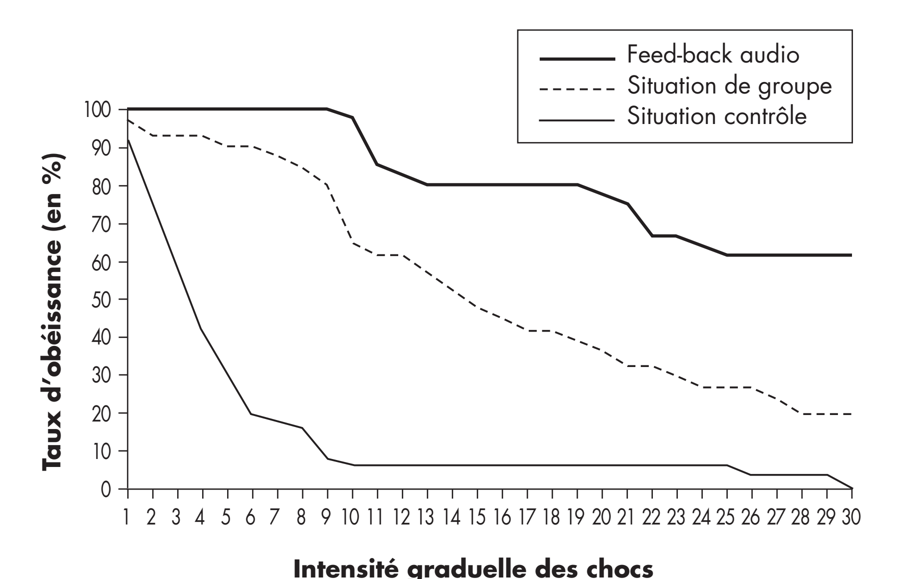


Figure 1.12

Courbes d'obéissance à chaque gradient de chocs pour les conditions de choix seul, en groupe et en condition de passation seule avec instruction d'augmentation progressive de l'intensité des chocs

Comme on peut le voir sur ce graphique, lorsque le sujet est en groupe et qu'il peut décider de l'intensité des chocs à administrer à l'élève, son comportement se situe à un niveau intermédiaire entre celui où il est seul et où il doit choisir le niveau de choc et celui où l'autorité lui enjoint d'augmenter graduellement ce taux. Il y a manifestement, là, la mise en évidence d'un effet de la pression de groupe sur le comportement. Les sujets sont amenés à infliger une souffrance plus intense à une personne que celle qu'ils infligeraient en l'absence de cette pression sociale. On retrouve là les effets de conformisme mis en évidence par Asch (1956) qui avaient été critiqués sur leur effet, en raison de la tâche qui n'avait pas d'importance, pas d'implication réelle pour le sujet lui-même. Il s'agissait, en effet, pour des sujets, de dire parmi trois segments celui qui correspondait en longueur à un segment de référence. On se débrouillait pour que cette évaluation se fasse en groupe et que le sujet se retrouve en dernière position pour répondre à voix haute. Bien entendu, il était prévu que, dans certains cas, les autres membres du groupe (en fait des compères) donnent des réponses erronées. On observera un taux de conformisme de 32 % dans les réponses : le sujet donnant volontairement des réponses erronées alors que, manifestement, il pouvait constater que les autres membres se trompaient. Il occultait sa réponse personnelle au profit de la réponse du groupe afin de se conformer à celui-ci.

Or, si on peut admettre que cette tâche était peu impliquante et problématique, ce n'est pas le cas ici. Pourtant, on obtient bien le même niveau de conformisme. Il reste que malgré l'intérêt de cette recherche, on ne peut réduire l'effet de l'obéissance à l'autorité à un acte de conformisme où l'expérimentateur serait simplement perçu comme une pression sociale. D'une part, on voit que le taux d'obéissance n'atteint pas celui que l'on observe en situation où l'expérimentateur enjoint au sujet d'augmenter graduellement la punition. D'autre part, dans cette expérience, l'autorité n'était pas totalement absente. L'expérimentateur était présent et n'est pas intervenu comme s'il consentait implicitement à ce qui était décidé par le groupe. On peut se demander si le groupe aurait exercé le même effet si l'autorité était intervenue ou si elle n'avait pas été présente. Cela reste donc à démontrer empiriquement. Les travaux qui suivent permettent de lever, partiellement, cette incertitude.

2.4.2 Le groupe soumis et désobéissant : l'homme, un modèle pour l'homme

On a pu voir précédemment que le groupe constitue une forme de pression sociale conduisant à se montrer plus dur envers l'élève que lorsque l'on se retrouve seul avec pour obligation de choisir le niveau de choc à administrer à l'élève. Toutefois, la consigne était une consigne de libre choix. On peut se demander si un comportement passif d'un groupe joint à une autorité fortement autocratique ne conduit pas à augmenter le taux d'obéissance. D'un autre côté, si les effets négatifs de la pression de groupe ont été mis en évidence dans la recherche précédente, on sait aussi que la pression sociale exercée par le groupe peut avoir des effets positifs. Milgram, en 1964, a tenté d'étudier ces deux aspects de l'influence du groupe dans une série de nouvelles expérimentations où un groupe se montrait obéissant ou désobéissant face à un expérimentateur qui les exhortait à augmenter graduellement le niveau des chocs à administrer à l'élève (Milgram, 1964*a*).

Dans la condition de groupe obéissant, on utilisait une réplique de l'expérience de base avec feed-back auditif où, comme dans l'expérience de groupe décrite précédemment, on avait recours, pour la phase d'apprentissage, à trois professeurs (un sujet naïf et deux compères). Chaque professeur était assigné à une tâche et le sujet-naïf arrivait en fin de chaîne avec pour fonction d'administrer la punition tandis que le premier compère lisait les mots et le second vérifiait l'exactitude de la réponse et donnait au sujet la valeur du choc à délivrer à l'élève. Contrairement à précédemment, les sujets avaient pour consigne d'augmenter graduellement les chocs au fur et à mesure des erreurs commises par le sujet. Il était convenu que les compères ne fassent rien d'autre que d'accomplir leur tâche (groupe passif obéissant). Toutefois, si le sujet-naïf manifestait l'envie de partir avant la fin de l'épreuve d'apprentissage, les compères lui signifiaient qu'il ne pouvait pas

les quitter maintenant. Dans le même temps, l'expérimentateur l'exhortait, comme d'habitude, à continuer en utilisant les mêmes arguments (« Continuez, l'expérience exige »…).

Dans la condition de groupe désobéissant, il s'agissait soit d'une réplique partielle de l'expérience précédente avec le groupe obéissant. Néanmoins, contrairement à précédemment, après 150 volts (dixième curseur sur les trente), le compère-professeur n° 1 informait l'expérimentateur qu'il ne souhaitait pas continuer en raison des protestations de l'élève. L'expérimentateur insistait pour qu'il continue mais le compère refusait et allait s'asseoir à un autre endroit de la pièce. L'expérimentateur demandait alors aux deux autres sujets de continuer à deux et demandait au sujet de lire les mots et d'administrer le choc tandis que le compère restant devait poser et vérifier les réponses. Après 210 volts (quatorzième curseur), le compère-professeur n° 2 refusait lui aussi de continuer et, malgré les efforts de l'expérimentateur, le compère allait également s'asseoir à un autre endroit. L'expérimentateur ordonnait alors au sujet de continuer en prenant en charge toute la procédure sous prétexte qu'il était important que l'expérience s'achève. De fait, en procédant ainsi, on revenait à la situation de base.

Les résultats obtenus sont présentés dans le tableau 1.12 ci-dessous. À des fins de comparaison, Milgram a effectué une nouvelle fois une évaluation en situation classique (un sujet seul avec l'expérimentateur lui enjoignant d'augmenter le niveau des décharges à chaque erreur[1]).

	Condition classique	**Groupe obéissant**	**Groupe désobéissant**
Moyenne des chocs (en volts)	368.3	385.5	246.8
Taux d'obéissance (en %)	65.0	72.5	10.0

Tableau 1.12
Niveau moyen des chocs et taux d'obéissance selon le comportement du groupe ou selon que le sujet est seul

On observe, sans ambiguïté, que la désobéissance des compères du groupe a entraîné une chute drastique de l'obéissance du sujet alors même que la situation est redevenue conforme à la situation classique utilisant un seul sujet. Le sujet semble donc avoir puisé dans le comportement d'opposition à l'autorité manifesté par les compères, la justification nécessaire à sa propre

1. D'un point vue méthodologique, Milgram aurait pu se contenter de toujours utiliser le groupe initial en condition de base pour faire ses comparaisons entre les différentes expériences. Bien entendu, des réplications sont souhaitables et souhaitées dans la recherche surtout avec de telles recherches. Toutefois, le fait qu'il y ait eu tant de réplications de cette situation montre bien à quel point Milgram voulait s'assurer, sans cesse, de la reproductibilité de ses premiers résultats.

opposition à l'égard de l'expérimentateur. En ce qui concerne le groupe obéissant, les résultats sont moins nets. Certes, voltage et taux d'obéissance sont plus élevés mais la différence est faible et nous sommes loin d'une soumission totale de la part des sujets. Il reste que, sous cette forme, les résultats sont difficiles à analyser. Aussi, pour reprendre notre habitude, nous avons représenté graphiquement les courbes d'obéissance des sujets à chaque étape de la procédure dans la figure 1.13 ci-dessous. Afin de bien évaluer l'impact du groupe désobéissant, nous avons joint à ce graphique la courbe d'obéissance en situation de groupe sans injonctions d'augmentation graduelle fournie par l'expérimentateur.

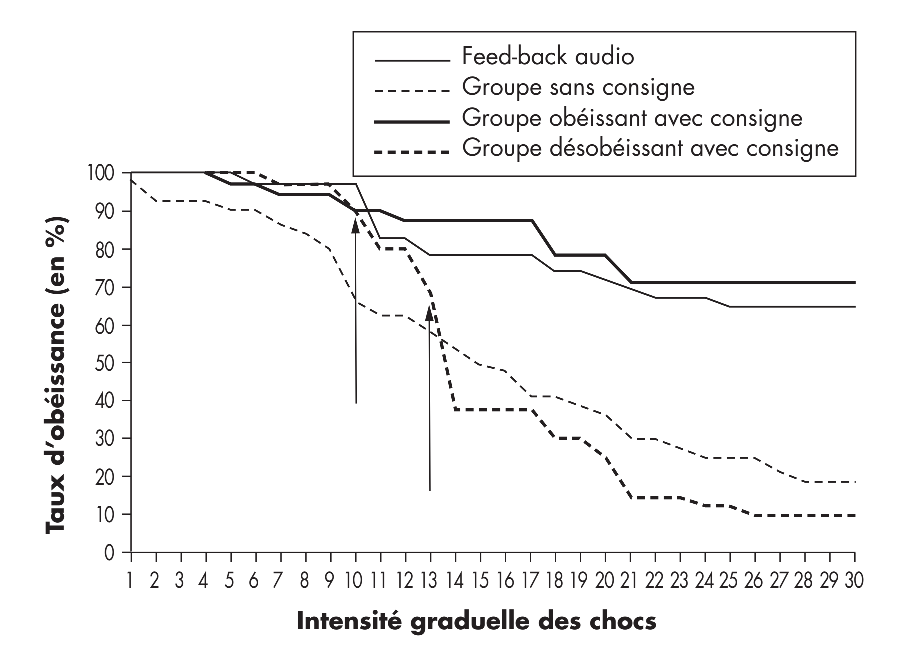


Figure 1.13

Courbes d'obéissance à chaque gradient de chocs pour la condition classique et les trois conditions de groupe

Les flèches du graphique correspondent au niveau à partir duquel a été programmée la rébellion de chaque compère-professeur en condition de groupe désobéissant. Comme on le voit, si les sujets dans ces conditions se sont comportés comme dans les autres conditions avant la rébellion du premier compère, la survenue de ce comportement conduit à une diminution sensible de la soumission du sujet. Il en va de même lors de la rébellion du second compère et on voit que cet effet persiste quelque temps. Au bout d'un certain temps (voir curseur 21, soit 315 volts), cette rébellion préalable n'a plus guère d'effet et n'entraîne plus de diminution significative du taux d'obéissance.

En ce qui concerne le comportement du sujet en condition de groupe obéissant, on observe une très légère tendance à obéir plus à l'expérimentateur qu'en condition de base. Toutefois, comme on peut le voir, le groupe obéissant n'a qu'un faible impact sur le sujet et les étapes où la désobéissance intervient sont les mêmes, sensiblement, que dans la condition où le sujet est seul. Bien entendu, si on compare cette fois le groupe obéissant en condition où l'expérimentateur exhorte le sujet à augmenter l'intensité des chocs et celui où le sujet est libre de le déterminer, une différence très nette est observée. Cela illustre bien qu'il n'y a pas que la simple pression du groupe qui intervient ici et que, de toutes les variables manipulées, celle qui a le plus d'impact est bien l'autorité.

À l'évidence, ces expérimentations attestent que le comportement d'autrui a un impact fort sur le comportement du sujet. Il est à noter que les résultats de ces expérimentations ont été confirmés dans des recherches postérieures à celles de Milgram et avec des variantes plus ou moins importantes dans le dispositif expérimental. Ainsi, Larsen, Coleman, Forbes et Jonhson (1972) ont montré que la présence du groupe comme modèle d'obéissance n'était pas indispensable pour obtenir un effet de soumission. Par exemple, si le sujet arrivait dans la salle alors qu'un autre (en fait un compère) était encore en cours d'expérimentation, cela suffisait pour que le sujet, lorsque son tour arrivait, administre des chocs d'une intensité comparable à celle du compère. De la même manière, Mantell (1971) a montré que si le modèle désobéit, le taux de soumission finale du sujet qui a observé cette désobéissance est également moins important qu'en condition de base. Dans une autre variante, où l'expérimentateur laissait le choix au groupe, Larsen, Coleman, Forbes et Johnson (1972), montreront une plus forte soumission de la part des sujets lorsque le groupe de professeurs devait choisir, de manière collégiale, un niveau de choc à administrer à l'élève. Ici, en forçant volontairement le niveau, les compères ont induit un comportement de conformisme à l'égard de leur proposition chez le sujet. Une autre recherche conduite par Kilham et Mann (1974) en Australie a montré que le rôle du sujet dans le groupe avait également une importance. En effet, dans leur expérience qui n'utilisait qu'un seul compère-professeur (et non deux comme d'habitude) plus de soumission était obtenue lorsque le sujet se trouvait en position de transmetteur du niveau de choc à administrer plutôt qu'en position d'exécuteur de la tâche.

L'ensemble de ces travaux concourt bien à monter que les réactions des autres dans cette situation totalement inhabituelle pour un sujet et hautement problématique pour lui ont un impact fort sur son comportement. Néanmoins, on peut voir aussi que les effets du groupe comme modèle ont une limite et que, globalement, le nombre de sujets qui s'opposent à l'autorité reste constant même si un simple groupe passif suffit à augmenter l'intensité des décharges. En fait, le groupe semble n'avoir d'impact réel que

lorsqu'il s'oppose à l'autorité. Il semble donc que les personnes qui n'arrivent pas, seules, à surmonter le conflit qu'occasionnent en elles le désir d'arrêter et le besoin d'obéir à l'autorité, puisent, dans ce comportement d'opposition, les ressources nécessaires pour résoudre leur propre conflit et s'opposer à l'autorité.

3 LA SOUMISSION QUOTIDIENNE À L'AUTORITÉ ET L'EFFET DES SYMBOLES DE L'AUTORITÉ SUR NOTRE COMPORTEMENT

L'ensemble des travaux expérimentaux que nous avons présentés précédemment a montré, de toute évidence, que l'on peut faire produire à un individu quelconque un acte grave, hautement problématique, contraire à sa morale, simplement parce qu'une autorité légitime l'exhorte verbalement à accomplir cet acte. Bien entendu, même si cette preuve semble acquise au regard des multiples travaux dans ce domaine, n'oublions pas 1) qu'elle a été mise en évidence en laboratoire et que 2) cela fait maintenant près de trente ans que ces résultats ont été obtenus. La question est donc de savoir si on obtiendrait les mêmes résultats dans ces pays hautement civilisés où ont eu lieu la plupart de ces expérimentations. Les travaux que nous présentons dans cette partie achèveront de vous convaincre, je le pense, que la soumission à l'autorité est toujours d'actualité et qu'elle se retrouve dans des situations quotidiennes, ordinaires de notre existence. Plutôt que d'attendre qu'un tel comportement disparaisse, il conviendrait peut-être que l'on s'évertue à lever les conditions qui permettent l'émission d'un tel comportement afin, éventuellement, d'éviter qu'il ne se produise.

3.1 La soumission à l'autorité en situation réelle : allô docteur !

Un des reproches qui ont été adressés au paradigme de Milgram est son absence de prise sur la réalité. Bien sûr, on a pu montrer que les sujets pensaient que la victime recevait réellement les chocs, que l'autorité était bien une autorité légitime qui savait ce qu'elle faisait. Néanmoins, comme l'ont évoqué certains auteurs (Blass, 1999*a* ; Miller, 1975), le caractère un peu surréaliste de cette expérience peut rendre certains sceptiques quant à la possibilité d'obtenir une telle soumission à de tels actes en conditions

naturelles. Si l'on pousse un tel raisonnement dans ses retranchements, le laboratoire permettrait d'exprimer un registre comportemental qui n'existerait que dans ce contexte. Ailleurs, notamment en condition naturelle, cet effet d'influence de l'autorité ne s'observerait pas à un tel niveau. Si l'histoire est là pour nous faire douter de la pertinence d'une telle argumentation, elle n'en constitue pas pour autant une preuve expérimentale. Pour cette raison, des chercheurs ont tenté d'évaluer l'effet de la soumission à l'autorité en situation naturelle, dans un contexte habituel pour les sujets.

La plus marquante de toute est sans aucun doute la recherche menée par Hofling, Brotzman, Dalrymphe, Graves et Pierce en 1966 notamment en raison de la caractéristique des sujets utilisés (des infirmières) et du lieu dans lequel leur comportement de soumission a été testé (l'hôpital). Il arrive parfois que le statut des infirmières soit contesté par le comportement des médecins. C'est le cas lorsque le médecin viole les règles d'une procédure dont les infirmières ont habituellement la charge ou lorsqu'il leur ordonne de procéder à quelque chose qui contrevient à leurs principes professionnels. On peut se demander si une infirmière obéira à l'injonction de donner un médicament à un malade lorsque cette demande émane d'un inconnu qui lui téléphone en se présentant comme un médecin sachant que : 1) la personne est étrangère à l'infirmière, 2) la procédure de prescription par téléphone contrevient aux règles de prescription à l'hôpital, 3) le médicament prescrit n'appartient pas à la liste de médicaments autorisés dans le service, enfin 4) la dose prescrite est, sans ambiguïté, excessive. Afin de tester expérimentalement la réaction des infirmières, Hofling et ses collaborateurs ont imaginé et mis en place la procédure suivante menée auprès de trente-quatre infirmières d'hôpitaux publics et privés américains.

En condition expérimentale, des boîtes de médicaments étaient placées dans l'armoire à pharmacie de différents services et les indications suivantes étaient portées sur ces boîtes : « Astroten, capsules de 5 mg, dosage ordinaire 5 mg, dose journalière maximale 10 mg ». À l'aide d'un enregistrement, l'expérimentateur téléphonait au sujet (l'infirmière de garde) et se présentait comme un médecin (« Je suis le Dr Hanford » : nom totalement inconnu dans le service) qui disait venir visiter un patient du service (un patient véritablement en soin dans le service). Ensuite, l'expérimentateur demandait à l'infirmière d'aller vérifier dans l'armoire à pharmacie si le médicament (Astroten) avait été reçu. Lorsque l'infirmière revenait pour confirmer la présence du médicament, l'expérimentateur lui demandait d'administrer au patient 20 mg (le double de la dose maximale autorisée) et disait qu'il signerait la prescription ultérieurement mais qu'il fallait que le malade la reçoive pour que cela commence à faire de l'effet lorsqu'il arriverait dans dix minutes. L'expérimentateur remerciait ensuite l'infirmière et raccrochait.

En situation contrôle, la procédure téléphonique était décrite, sur papier, à un groupe d’infirmières en exercice et à un groupe en formation afin qu’elles s’imaginent être dans la situation. Des renseignements d’ordre biographique (âge, sexe, race, etc.) et professionnel (expérience, temps partiel/complet, etc.) étaient demandés aux sujets pour évaluer la correspondance avec le groupe expérimental. On leur demandait de lire le texte et, à la fin de la lecture, l’expérimentateur leur demandait d’écrire tout ce qu’elles pensaient dire et faire dans le cas d’une telle demande. Puis on leur demandait de donner les raisons qui justifiaient leur décision. On leur demandait ensuite de dire ce que la majorité du groupe avait pu écrire.

Les résultats obtenus, contrairement à ce à quoi on pouvait spontanément s’attendre, dépassent ceux obtenus par Milgram. Sur vingt-deux infirmières du groupe expérimental, vingt et une (95.5 %) ont obéi à la demande de l’expérimentateur et ont administré la dose prescrite par le faux médecin (en fait une simple solution glucosée). Parmi les douze infirmières du groupe contrôle, 10 (83.3 %) ont mentionné qu’elles n’auraient pas obéi à la demande en raison du dosage et de l’absence de demande écrite ou du non-respect des règles de prescription. Dix sur douze ont également mentionné qu’elles pensaient que les infirmières, dans leur majorité, ne se conformeraient pas à cet ordre. Sur vingt et une infirmières en formation interrogées ultérieurement, toutes ont mentionné qu’elles n’auraient pas obéi à la demande en raison principalement du dosage.

95.5 % d’obéissance totale dans cette expérience menée en condition naturelle alors que, lors d’un entretien ultérieur, on a pu mettre en évidence que les infirmières du groupe expérimental ont, majoritairement, été conscientes du caractère non professionnel de cette demande. Onze ont avoué être conscientes de la contradiction concernant le dosage et dix-huit être conscientes du caractère non professionnel et illégal de la demande par téléphone dans ce cas. Néanmoins, parmi les vingt et une qui ont obéi dans le groupe expérimental, quinze (68.2 %) ont évoqué des cas similaires et rappelé la contrariété du médecin lorsqu’elles n’avaient pas appliqué sa prescription. Il semble donc que le coût d’une désobéissance dans ce cas était tel qu’il a conduit de manière encore plus marquée les personnes à obéir à cet ordre. Contrairement à l’expérience de Milgram, un lien de subordination réel existait entre les sujets et la source d’autorité. Cela pourrait expliquer ce taux plus important d’obéissance.

Bien entendu, ces résultats sont à relativiser. L’expérience a été menée il y a maintenant trente-cinq ans et a été conduite sur un faible nombre de sujets. Toutefois, le taux d’obéissance est tel qu’il semble attester que des situations de forte subordination à une autorité sont des conditions qui favorisent l’émission de comportements pour le moins problématiques et contestables d’un point de vue professionnel. Ils donnent également matière à réflexion

sur l'intérêt qu'il y a à interroger l'exercice du pouvoir dans les structures organisationnelles où, pourtant, la coercition est, en apparence, absente des procédures d'exercice de ce pouvoir. Ici, une injonction banale, émanant d'un supérieur hiérarchique, conduit, dans une structure organisationnelle très hiérarchisée comme peut l'être l'hôpital, à l'adoption de comportements contraires à une éthique professionnelle et dangereux pour autrui.

Les résultats obtenus par Hofling *et al.* (1966) nous aident à comprendre cette notion d'état agentique si chère à Milgram. À l'hôpital, les délimitations des responsabilités de chacun sont très nettes et sont fonction de la place qu'il occupe. Les médecins tiennent le haut de la pyramide et possèdent le pouvoir. Ils sont les seuls à avoir compétence et délégation pour poser un diagnostic : leur diagnostic. Celui-ci ne peut être contesté par des personnes qui n'ont pas cette compétence ou cette délégation et, sont là, la plupart du temps, pour exécuter une prescription en lien avec le diagnostic établi par le médecin. Cette pratique est immuable et s'établit dans le cadre d'une longue tradition de la répartition des rôles et l'attribution des responsabilités. Cela conduit à entraîner une réponse automatique même quand la prescription est entachée d'une erreur. Comme le dit si bien Cialdini (1990), « les subordonnés cessent de penser et se contentent de réagir » (p. 207). Cet effet de réponse automatique aux ordres d'un médecin explique très bien les 95.5 % d'obéissance totale obtenus auprès des infirmières dans l'expérience de Hofling *et al.* (1966). Il est à noter que cette expérience, valide, de manière empirique, d'autres travaux sur cet effet de réponse automatique. Pendant longtemps, on a montré, dans des études faites par des associations de consommateurs, que les pharmaciens étaient susceptibles, dans une forte majorité, de fournir des médicaments dont l'association était dangereuse afin de respecter cette prescription. Il a fallu un arsenal législatif pour combattre cette réponse à l'autorité justement en engageant la responsabilité du pharmacien en cas de problème imputable à cette délivrance de médicaments incompatibles. Certaines anecdotes valident également cet effet de réponse automatique aux ordres du médecin. Cialdini (1990) rapporte l'histoire d'un médecin qui avait prescrit un traitement pour un patient souffrant d'une affection auriculaire. Comme ce traitement comprenait plusieurs médicaments sous forme de gouttes, le médecin, plutôt que de donner, à chaque fois, le mode de prescription et la posologie avait, pour chaque produit suivant, porté la mention : « traitement analogue ». Comme, de plus, il avait réduit tout cela, on trouvait la mention : « traitement anal ». Il s'est avéré que l'infirmière ayant reçu cette prescription et connaissant pourtant la fonction et le mode d'administration du médicament, l'a néanmoins appliqué comme cela était dicté par le médecin. Les gouttes destinées aux oreilles de notre patient ont donc été consciencieusement introduites dans son anus. L'infirmière avait cessé de penser pour ne se focaliser que sur le respect de la prescription et cela, nonobstant, son inadéquation.

3.2 Les formes modernes de soumission à l'autorité : l'autorité administrative

Si les résultats des expériences de Milgram ont stupéfié l'opinion publique et les chercheurs en psychologie sociale, son paradigme a également fait l'objet de beaucoup de critiques à la fois méthodologiques et éthiques. L'aspect méthodologique est le seul aspect que nous souhaitons étudier ici car il porte essentiellement sur la portée heuristique et l'utilisation de ces travaux à une connaissance du fonctionnement psychologique de l'être humain et du poids et de l'influence de nos systèmes institutionnels et organisationnels.

On a pensé que les sujets n'étaient pas réellement convaincus que la « victime » souffrait. Milgram montrera que seuls 2.4 % des sujets (sur 658) étaient convaincus qu'elle ne souffrait pas réellement tandis que les autres estimaient qu'elle souffrait beaucoup. La seconde critique porte sur le caractère extrêmement expérimental des travaux de Milgram faisant que les sujets ne pouvaient pas se comporter autrement, mais que, dans des conditions normales, ils ne l'auraient pas fait. De plus, la situation était jugée ridicule. Dans des conditions normales, on ne demande pas aux gens de torturer d'autres personnes. Une telle argumentation a été balayée par l'expérience de Hofling *et al.* (1966) présentée ci-dessus et dans laquelle des infirmières administraient sans retenue une dose dangereuse de médicament à un patient simplement parce qu'une personne se prétendant médecin le leur avait ordonné par téléphone. Il reste que, effectivement, dans le cas de l'expérience de Milgram, l'extrême gravité de l'acte sollicité est à même de rendre la situation totalement surréaliste au sujet et donc altérer sa légitimité. Pour cette raison, deux chercheurs européens, Meeus et Raaijmakers ont conduit, entre 1980 et 1985, un train d'expérimentation qui comprenait pas moins de vingt-cinq variantes sur la base d'un paradigme nouveau, plus réaliste, fortement inspiré du paradigme de Milgram. Pour ces chercheurs, il fallait tenter de trouver un acte plus courant dans nos sociétés modernes que celui, provenant d'époques aujourd'hui révolues, consistant à faire souffrir physiquement autrui. Le paradigme qu'ils mirent au point il y a quinze ans maintenant emploie une violence qui est certainement plus communément présente dans nos sociétés avancées et policées et pour laquelle il existe une législation très spécifique en droit pénal et du travail : la violence psychologique et morale.

Les premiers travaux de ces auteurs ont été publiés en 1986 (Meeus et Raaijmakers, 1986). Leur expérience a utilisé initialement quatre-vingts hommes et femmes âgés entre 18 et 55 ans de niveau scolaire du secondaire long (le bac). Comme chez Milgram, les sujets étaient recrutés par voie de presse et les intentions réelles de l'expérimentateur étaient bien évidemment cachées. L'expérience avait lieu à l'université d'Utrecht aux Pays-Bas. L'expérimentateur disait au sujet que le département de psychologie devait sélectionner des candidats pour des emplois de la fonction publique et que,

pour ce faire, on devait administrer un test aux candidats. Ce test était constitué de trente-deux questions à choix multiples et le résultat déciderait de l'obtention ou pas du poste. Ici, le candidat était un compère de l'expérimentateur. On disait ensuite que, de manière annexe, le département de psychologie s'intéressait aux effets du stress psychologique sur l'achèvement du test et que le candidat n'avait pas été prévenu de cela. L'expérimentateur disait alors que pour susciter ce stress, le sujet devait faire des remarques négatives au candidat à propos de sa réussite aux différentes phases du test. Quinze remarques devaient être faites tout au long de la passation du questionnaire. Les questions comme les remarques stressantes apparaissaient sur un écran d'ordinateur et le sujet devait appuyer sur un bouton pour passer de l'une à l'autre. Chaque remarque apparaissait avec une graduation numérique supposée refléter son caractère stressant. L'expérimentateur disait au sujet que cela pouvait avoir des conséquences sur la réussite du candidat. Le sujet subissait une tâche de familiarisation à la procédure d'interrogation puis, le « candidat » était informé, de manière à être entendu du sujet, que durant l'expérience on lui dirait où il en était et ce, à quinze reprises. On disait au candidat que cela n'aurait aucune conséquence négative pour lui et on lui cachait qu'il s'agissait de remarques désobligeantes. Après cette phase, l'expérience proprement dite commençait. Le sujet et le candidat se trouvaient dans des salles contiguës et pouvaient s'entendre mutuellement par le biais d'un interphone.

L'expérience a été séparée en quatre phases. Dans la première phase, aucune remarque n'était faite au sujet. Dans les trois autres, les remarques étaient de plus en plus désobligeantes (« Votre réponse à la question 9 était fausse » ; « Jusqu'ici votre score au test n'est pas très satisfaisant » ; « Si on s'en tient au test, vous n'êtes fait que pour occuper des fonctions subalternes » ; etc.) et les erreurs que « commettait » le candidat (erreurs, vous vous en doutez, planifiées à l'avance) devenaient manifestement imputables à la situation de stress généré et non à la difficulté des questions elles-mêmes. Les protestations du candidat, qui caractérisaient son stress, croissaient avec le degré de stress accordé aux remarques faites par le sujet (« Vous avez raison mais ma réponse n'était pas fausse, n'est-ce pas ? » ; « Arrêtez de faire ces remarques, je n'arrive pas à me concentrer » ; etc.). L'expérimentateur se tenait à proximité du sujet pendant toute la durée de la passation expérimentale. Si le sujet refusait de continuer ou souhaitait ne pas faire de remarque, il répondait comme pour l'expérience de Milgram : « Vous devez continuer, l'expérience exige que vous continuiez. » En situation contrôle, bien évidemment, dès que le sujet manifestait l'envie de s'arrêter, l'expérience s'achevait. Aucune injonction à continuer n'était adressée au sujet par l'expérimentateur.

Une variante expérimentale utilisant un expérimentateur absent a également été introduite. L'expérimentateur s'absentait de la pièce de passation en disant au sujet qu'il devait faire les quinze remarques prévues. Une

variante utilisant deux sujets rebelles (groupe désobéissant) a également été mise en place. Dans cette condition, le sujet se voyait toujours confier la passation (questionnaire et remarques désobligeantes) mais les deux « autres sujets » commençaient à protester au cours de la passation, refusaient d'écouter l'expérimentateur puis s'arrêtaient.

Après la fin de l'expérience, on demandait au sujet d'évaluer, à l'aide d'une échelle, jusqu'à quel point il pensait que le compère était un vrai candidat et à quel point il pensait que celui-ci avait été affecté par les remarques stressantes. On lui demandait également d'attribuer la responsabilité de son comportement à lui, à l'expérimentateur et au candidat.

Les résultats obtenus dans les quatre conditions expérimentales testées sont présentés dans le tableau 1.13 ci-dessous. À titre de comparaison, nous avons placé, en dernière ligne, les taux d'obéissance totale obtenus par Milgram avec les variantes expérimentales identiques.

Taux d'obéissance (en %)	Condition expérimentale			
	Un sujet	Expérimentateur absent	Groupe avec sujets rebelles	Contrôle
Pourcentage d'obéissance totale (formulation de la dernière remarque)	91.70	36.40	15.80	0.00
Niveau médian de remarque stressante (max = 15)	14.81	10.17	10.22	6.75
Pourcentage d'obéissance totale chez Milgram (3 x 450 volts)	62.5	20.5	10.0	2.5

Tableau 1.13
Niveau d'obéissance moyen des sujets à différentes étapes de la passation du questionnaire d'emploi

Comme on peut le voir, le taux d'obéissance totale obtenu ici est supérieur à celui observé par Milgram. Exception faite du groupe contrôle, le taux de personnes qui utilisent le niveau de remarque le plus stressant est plus élevé dans chaque condition. Pour Meeus et Raaijmakers, cela proviendrait vraisemblablement du type de violence qui s'exerce sur la victime qui, selon eux, serait de nature « psychologico-administrative » et serait, donc, plus facile à produire.

Il reste que, comme l'ont souligné ces auteurs, plus de vingt ans après Milgram, la propension de l'homme à obéir à un ordre visant un acte hautement problématique n'a pas diminué. Au contraire, précisent Meeus et Raaijmakers, pour peu que la souffrance physique ait disparu et que la légitimité de l'expérience soit garantie (capacité à supporter le stress dans

une situation professionnelle), plus de neuf personnes sur dix admettent le principe de faire souffrir autrui de manière psychologique et cela, nonobstant le fait que la victime des remarques est ici en situation de dépendance économique et qu'elle doit achever le test pour obtenir l'emploi escompté. L'analyse des entretiens effectués après l'expérimentation a pourtant montré que les sujets s'accordaient tous à trouver la situation déplaisante pour eux et stressante pour le sujet. Ils n'ont pas manqué de souligner cet aspect et le risque qu'il y avait à voir le candidat échouer. Pour autant, il semble que la seule mention « Continuez » exprimée par l'expérimentateur ait été suffisante pour qu'ils poursuivent l'expérimentation.

Comme on le voit, même si de nombreuses années se sont écoulées depuis les premiers travaux de Milgram et même si la situation utilisée ici était quelque peu différente, on observe que, encore et toujours, une personne quelconque ni potentiellement bonne ni potentiellement mauvaise en apparence est susceptible de torturer mentalement autrui simplement parce qu'une autorité légitime lui en donne l'ordre. Tout cela s'obtient alors que le sujet ne partage, ni avec l'autorité ni avec la victime, de lien de dépendance économique, physique ou affective. On notera que les résultats présentés ici ont été répliqués par des travaux ultérieurs (Meeus et Raaijmakers, 1995). En outre, des travaux récents ont montré que d'autres actes répréhensibles pour autrui sont obtenus même si le sujet n'administre plus de punition physique ou morale à un sujet. Ainsi, tout récemment, Howery et Dobbs (2000) sont parvenus à montrer que 100 % de leurs sujets n'hésitaient pas à accepter de servir de témoin et de dire quelque chose concernant un vol auquel ils n'avaient pas assisté simplement parce qu'une autorité légitime leur demandait de le faire. Ils acceptaient également de signer une déclaration officielle contenant un témoignage que pourtant ils n'avaient pas fait et ne pouvaient objectivement pas faire puisqu'ils n'avaient pas assisté au vol. La question de la soumission est donc toujours d'actualité et son étude ne doit pas se limiter, comme on le voit, aux actes extrêmes de torture physique mis en évidence par Milgram mais également à tout un ensemble de comportements ordinaires qui interrogent le fonctionnement même de nombreuses institutions que nous respectons et dont la légitimité a été clairement établie par l'ensemble des dispositifs éducatifs et d'apprentissage que nous avons subi : justice, police, travail, santé, etc.

3.3 Les symboles de l'autorité et leur effet sur le comportement : méfiez-vous de l'habit et non du moine !

Les recherches sur la soumission à l'autorité dans le cadre du paradigme de Milgram ont impressionné l'opinion publique et les chercheurs en sciences

humaines et sociales par l'importance des taux de soumission obtenus. L'obtention de tels taux semble donc souligner à quel point l'acte de soumission à l'autorité est profondément inscrit dans nos modèles éducatifs mais, aussi et surtout, si une telle réponse a été obtenue, c'est vraisemblablement parce que la soumission à l'autorité est le fondement de toute socialisation des êtres humains. De fait, cela doit conduire à l'expression de réponses automatiques même dans des situations peu problématiques, ordinaires ou même incongrues. Un certain nombre de travaux menés en psychologie sociale attestent aujourd'hui que ceux qui représentent ou affichent les symboles d'une autorité sociale ou institutionnelle peuvent affecter de manière totalement automatique et anodine, un nombre considérable de nos comportements. Dans cette dernière partie consacrée à l'analyse du comportement de soumission à l'autorité, nous allons étudier, respectivement, l'impact de l'uniforme et, surtout, du statut social.

3.3.1 L'effet de l'uniforme

L'uniforme est de loin le symbole le plus représentatif de certaines de nos institutions (armée, police, justice, sécurité, etc.). Sans celui-ci, souvent, nous serions dans l'impossibilité d'attribuer une légitimité à un individu représentant cette institution. On peut se demander maintenant si ce symbole vestimentaire ne nous conduit pas à fournir des réponses automatiques d'obéissance même dans des situations où manifestement ce qui nous est demandé est totalement illégitime, grotesque et relève de l'abus de pouvoir.

L'expérience menée par Bushman en 1984 illustre parfaitement cette utilisation de l'uniforme dans le cas de l'obtention d'un acte totalement incongru et quasi indécent. Cette expérience fut réalisée aux États-Unis auprès de passants pris dans une rue d'une ville selon un mode d'échantillonnage stratifié (âge, sexe, race et habillement). Dans cette expérience, un premier compère – âgé de 23 ans, faisant 1,78 mètre et pesant 61 kilos – se tenait à côté d'une voiture en stationnement, près d'un parcmètre et faisait semblant de chercher de la monnaie dans ses poches. Un second compère – un homme âgé de 47 ans faisant 1,80 mètre et pesant 95 kilos - se tenait debout à proximité du premier compère. Selon le cas, ce second compère était vêtu comme un mendiant (condition d'absence d'autorité), comme un cadre (condition autorité par statut) ou avec un uniforme de pompiers avec les attributs classiques comme la chemise bleue, la coiffure noire, etc. (condition autorité par rôle). Il arrêtait un sujet et, pointant son doigt dans la direction du premier compère disait : « Cette personne est garée près du parcmètre et elle n'a pas de monnaie. Donnez-lui une pièce de 5 cents. » On imagine la situation et le caractère totalement abusif d'une telle demande. Les résultats qui furent obtenus selon les trois apparences du second compère sont présentés dans le tableau 1.14 ci-après. On a présenté uniquement les taux de personnes qui ont effectivement donné de l'argent au compère près du parcmètre.

Type d'autorité manipulée		
Par rôle Uniforme	**Par statut Tenue de cadre**	**Absence Tenue mendiant**
82.0	50.0	44.0

Tableau 1.14
Taux de soumission à l'injonction du compère (en %)

Malgré la particularité de cette demande, on observe un taux élevé de soumission dans toutes les conditions. Toujours est-il que, lorsque le sujet est vêtu d'un uniforme, les gens se soumettent plus à son injonction alors même qu'elle est la manifestation d'un abus total de pouvoir. On retiendra aussi que, dans cette expérience, les sujets les plus âgés (+ de 30 ans) se soumettent plus que les plus jeunes (16-30 ans) : 100 % des sujets les plus âgés se sont soumis dans le cas de l'autorité par rôle contre 57 % chez les plus jeunes. Outre l'effet sur la soumission, l'apparence du demandeur a également affecté la vitesse à laquelle le sujet s'est plié à la demande. On se doute que certains étaient abasourdis par une telle demande ce qui a fait varier les temps d'exécution. Les résultats de ces temps sont présentés dans le tableau 1.15 ci-dessous pour trois intervalles temporels.

Type d'autorité	Temps mis pour exécuter l'injonction du compère		
	– 30 secondes	**30 secondes à 1 minute**	**+ 1 minute**
Pas d'autorité (tenue mendiant)	23.0	36.0	41.0
Autorité par statut (tenue soignée)	24.0	64.0	12.0
Autorité par rôle (uniforme)	85.0	15.0	0.0

Tableau 1.15
Latence de la soumission (en % selon l'intervalle de temps)

Les résultats se passent de commentaires. Non seulement les sujets ont été plus nombreux à exécuter l'ordre du sujet en uniforme mais encore ont-ils exécuté cet ordre beaucoup plus rapidement.

Bushman a tenté d'essayer d'analyser, après coup, les raisons de cette soumission. Il demandait à ceux qui se soumettaient d'essayer d'expliquer pourquoi ils avaient accepté. Il a distingué les arguments relevant de l'obéis-

sance aveugle (« Je n'ai pas eu le choix », « Il me l'a demandé ») des arguments de type altruiste (« Il faut bien aider son prochain »). Résultat : alors que les arguments en lien avec une obéissance aveugle se retrouvent dans 64 % des explications lorsque le compère a un uniforme, ils ne représentent plus que 48 % et 23 % respectivement en condition d'autorité par statut et d'absence d'autorité. Dans le même temps, les arguments altruistes se retrouvent dans 50 % des justifications en condition d'absence d'autorité mais seulement 16 % et 10 % en condition d'autorité par statut et d'autorité par rôle. En outre, d'autres résultats intéressants sont observés parmi les personnes qui n'ont pas donné. Parmi celles-ci, en effet, 32 % disent qu'elles auraient donné si elles avaient eu de la monnaie en l'absence d'autorité alors qu'elles sont 89 % en autorité par rôle. De fait, de telles différences se manifestent aussi dans les propos des sujets obtenus lors de leur confrontation avec le compère. Dans la condition d'autorité par rôle (uniforme) les sujets, lors de leur refus, ont donné des motifs purement techniques (« Je n'ai pas de pièces sur moi », « Je n'ai que des billets », « J'ai oublié mon porte-monnaie », « Je voudrais bien mais je n'ai pas d'argent », etc.) tandis que dans les autres cas, et notamment en condition d'absence d'autorité, les personnes ont invoqué des raisons mettant en doute l'intégrité du demandeur (« Vous êtes malade », « Ça va pas la tête », etc.).

Cette recherche montre à l'évidence, que ce qui symbolise le plus une autorité institutionnelle et à laquelle nous avons coutume d'obéir, nous conduit à émettre ce comportement d'obéissance de manière quasi automatique et cela, indépendamment de l'incongruité de la demande de la source d'autorité. On se rappellera, en outre, que l'uniforme n'était pas celui d'une autorité généralement coercitive (police, armée) mais un uniforme de pompier, ce qui, pourtant, ajoute à l'incongruité et à la non-légitimité de la demande du compère. Les sujets sont même en mesure de percevoir que leur comportement est lié à ce que représente cette autorité puisque c'est elle et non l'altruisme qu'ils invoquent pour expliquer leur comportement. Il est à noter que certains chercheurs ont fait valoir que les résultats de Bushman pouvaient être expliqués par le second compère utilisé qui aurait été jugé plus effrayant en condition d'uniforme et qui, du coup, aurait incité les personnes à accepter sa requête par peur. Il a donc conduit en 1988 une seconde recherche (Bushman, 1988) dans laquelle le second compère était une femme présentant ce que l'on pourrait qualifier un petit gabarit (1,51 mètre pour 50 kg). Pour autant, le comportement des hommes ou des femmes sera quasiment identique de même que les justifications apportées par les sujets pour expliquer leur comportement de soumission. La seule différence qui sera observée entre les deux études sera, justement, l'absence de différence de comportement selon les catégories d'âges des sujets. À l'évidence, c'est bien la légitimité d'une autorité institutionnelle, symboliquement véhiculée par l'uniforme, qui explique le comportement des sujets.

3.3.2 L'influence du statut

De nombreuses recherches publiées dans la littérature attestent aujourd'hui qu'un haut statut, généralement manipulé par l'apparence vestimentaire d'une personne ou par des informations sur ce statut données préalablement aux personnes, conduit plus favorablement les personnes à accéder à la demande faite par un étranger visiblement ou objectivement de haut statut. Cette influence du statut est suffisamment puissante pour inhiber certains comportements pourtant légitimement attendus. Elle conduit même à la production de comportements qui n'étaient pas sollicités par la personne. On sait que certains comportements inciviques sont affectés par le statut. On klaxonnera moins sur une personne qui ne démarre pas alors que le feu est vert, si sa voiture est une voiture haut de gamme comparativement à une voiture de gamme moyenne (Doob et Gross, 1968). En outre, chez ceux qui ont néanmoins klaxonné, le temps mis avant de le faire était beaucoup plus long qu'en situation de bas statut. Par contre, il est clair qu'une personne de haut statut, bloquée aux feux par une voiture de gamme moyenne, manifestera plus d'agressivité (Diekman, Jungbauer-Gans, Krassnig et Lorenz, 1996). Le statut nous influence même dans l'adoption de comportements dangereux. Ainsi, Lefkowitz, Blake et Mouton (1955) ont montré que lorsqu'une personne de haut statut (statut toujours manipulé par l'apparence vestimentaire) transgressait une règle de sécurité routière en traversant les passages pour piétons alors qu'elle n'était pas autorisée à le faire, 20 % des personnes adoptaient le même comportement alors qu'en condition contrôle ou de bas statut, cette transgression n'avait lieu que dans 1 % des cas. Une recherche de Guéguen et Pichot (2001) confirmera ces résultats et montrera même un effet d'inhibition du comportement (moins de suivisme du modèle) en condition de bas statut : en condition de haut statut, statut neutre, bas statut et contrôle (pas de modèle), le taux de transgression était, respectivement, de 54 %, 18 %, 9 % et 16 %. En dehors de ces effets variables de suivisme selon le statut du modèle, nous observons également des réactions différentes lorsque le comportement du compère nous est personnellement coûteux. Ainsi, Harris (1974) demandait à un compère de s'intercaler dans différentes files d'attente (files de cinéma, caisses de magasin, guichets de banque, etc.) réunissant au moins une quinzaine de personnes. Ici encore, l'apparence vestimentaire était manipulée afin de caractériser le statut. Selon le cas, le compère était vêtu de manière négligée (condition bas statut) ou de manière très élégante (condition haut statut). Les résultats montrent des manifestations d'agressivité moins importantes à l'égard du compère de haut statut comparativement à celui de bas statut et, cela, indépendamment de la position où ce compère s'intercale dans la file et de la présence/absence d'excuses. Le même type de résultats a été observé dans une situation un peu différente où un compère dont on faisait varier l'apparence vestimentaire (haut/moyen/bas statut) n'avait pas assez d'argent pour acheter un croissant dans une boulangerie car il lui manquait quelques centimes d'euros

(Guéguen et Pascual, sous-presse *b*). Selon le cas, le compère se montrait extrêmement poli (« Je suis confus, mais il me manque 8 centimes. Pourriez-vous m'en faire grâce s'il vous plaît ? ») et arborait un large sourire ou, alors, se montrait franchement impoli (« Oh merde, il me manque 8 centimes. Vous me le filez quand même ? »). Les résultats montreront que les sujets (des employés de boulangerie) ont accepté la requête du compère en condition de politesse pour chacune des conditions de statut (93 % en moyenne). Toutefois, en condition d'impolitesse, lorsque le compère était de bas statut, 20 % se sont soumis, contre 40 % en condition de statut moyen et 75 % en condition de haut statut. L'influence du statut affecte même les comportements des personnes exposées à des personnes commettant des actes proprement délictueux. Guéguen et Pascual (2002) ont montré qu'une personne de haut statut commettant un vol dans un magasin conduit les sujets à moins réagir de manière à empêcher un tel acte (réprimander ou prévenir un vigile à proximité) qu'ils ne le font en situation où le « voleur » est de statut neutre ou de bas statut.

Reliées entre elles, ces recherches semblent montrer que, dans de nombreuses circonstances, un haut statut a soit la propriété d'inhiber le comportement, soit la capacité d'entraîner une appréciation inexacte de la réalité et conduit à adopter un comportement de suivisme. Cette inhibition/activation a souvent le même résultat. Dans les deux cas, le comportement approprié à la situation ou au contexte est moins souvent adopté.

L'effet du statut ne se limite pas qu'aux situations problématiques ou conflictuelles. Il affecte également l'aide que l'on apporte à la personne et cela qu'elle en ait fait la demande ou pas. Ainsi, on a pu montrer que l'on apporte plus aisément son aide à une personne de haut statut faisant tomber des provisions par terre alors qu'elle s'apprêtait à les déposer dans le coffre de sa voiture (Solomon et Herman, 1977). Le haut statut (voiture haut de gamme récente) est aidé dans 53 % des cas contre 23 % en condition de bas statut (voiture bas de gamme en mauvais état). Lorsqu'il s'agit de sollicitations directes faites par la personne dont on a manipulé l'apparence, on observe les mêmes effets. Ainsi, Kleinke (1977*b*) a montré que l'on donne plus facilement une pièce à un demandeur vêtu de manière conventionnelle (80 %) plutôt que négligée (32 %). Ce même effet s'observe lorsque l'on mesure le montant des dons sollicités au profit d'une association caritative et dont la demande est formulée auprès d'étudiants d'un campus par un professeur (haut statut) ou un étudiant (statut équivalent) : un don moyen de 6,02 roupies est accordé au professeur – qui avait simplement l'apparence d'un enseignant avec sa toge – contre 2,62 roupies pour l'étudiant (Pandey, 1979). Pour autant, dans cette expérience, le professeur était un compère et n'était pas le professeur des personnes sollicitées. On observe le même résultat lorsqu'il s'agit de solliciter des personnes pour qu'elles signent une pétition en faveur du désarmement (Chaikin, Derlega, Yoder et Phillips, 1974). Lorsque la pétition est plus problématique, on retrouve ces effets, mais on

observe également un comportement plus déférent, moins agressif envers le solliciteur vêtu de manière à incarner une personne de haut statut plutôt que de bas statut (Keasey et Tomlinson-Keasey, 1973). Également, on a pu observer qu'un vendeur d'un magasin de disques consentira plus volontiers à faire quelque chose qu'il ne doit normalement pas faire (rembourser ou échanger un disque d'un « client » n'ayant pas de ticket de caisse) si le demandeur est vêtu de manière particulièrement soignée plutôt que neutre ou négligée (Ainscough et Motley, 2000). Nous nous montrerons également plus honnêtes envers une personne de haut statut, comparativement à une personne de statut équivalent au nôtre, lorsque celle-ci nous demande si nous n'avons pas retrouvé une pièce oubliée sur le plateau d'une cabine téléphonique : 78 % des sujets restituent l'argent dans le premier cas contre 38 % dans le second (Bickman, 1971). Il a été également observé que des éléments de l'apparence de nature très symbolique peuvent affecter le statut. Ainsi, Green et Giles (1973) ont montré qu'un enquêteur portant une cravate voyait sa demande de participation à une enquête acceptée dans 70 % des cas contre 40 % en situation où son apparence était absolument identique mais où la cravate avait été ôtée. Le statut affecte également l'évaluation que le sujet fait de la personne dans un sens qui favorise toujours la personne de haut statut et cela indépendamment du comportement qu'elle a pu avoir à l'égard du sujet. Iverson (1968) a en effet montré que l'impact du statut est tel que lorsqu'une personne supposée être de statut supérieur à soi nous délivre quelque chose que nous estimons ne pas être un compliment (un trait que nous prétendons ne pas avoir), cela n'affecte en rien notre perception positive de la personne alors que cela conduit à la percevoir de manière nettement moins positive lorsqu'il s'agit d'une personne de statut équivalent. Certaines caractéristiques physiques sont mêmes évaluées plus positivement ou renforcées lorsqu'elles sont socialement favorables. Ainsi Cann (1991) montre qu'une personne de haut statut est jugée plus grande et plus belle qu'une personne de bas statut. On sait, en outre, que l'interaction avec une personne de haut statut s'accompagne de plus fortes réactions physiologiques de la part du sujet. Kleinke et Williams (1994) ont en effet montré que la tension artérielle et le rythme cardiaque de leurs sujets (des étudiants de première année) augmentaient dès lors qu'un entretien à propos des loisirs était réalisé par un étudiant de troisième cycle (haut statut) tandis qu'aucune différence ne s'observait si cet entretien était réalisé par la même personne mais présentée comme un étudiant de première année. Enfin, un haut statut est largement plus persuasif quand bien même il s'agit de prodiguer des conseils qui nous seraient utiles. Ainsi, Levine, Moss, Ramsey et Fleishman (1978) ont mis en évidence que, dans un cabinet dentaire recevant des patients, un dentiste, une assistante dentaire ou une secrétaire (selon les groupes), disait au patient qu'il (ou elle) aimerait que le patient lise une nouvelle brochure de prévention dentaire entièrement gratuite que le patient pourrait se procurer

en postant une carte pré-timbrée et en mentionnant son adresse. Sur chaque carte, apparaissait une marque permettant d'identifier l'identité du prescripteur. Cela permettait de savoir précisément le taux de personnes qui, dans chaque groupe, suivaient ce conseil pourtant non problématique. Les résultats obtenus sont encore ici très éloquents puisque la recommandation a été suivie par 54 % des patients lorsque le dentiste la formulait, contre 35 % lorsqu'il s'agissait de l'assistante dentaire et enfin 18 % lorsqu'il s'agissait de la secrétaire.

L'ensemble des recherches présentées dans cette dernière partie consacrée aux effets comportementaux qu'exercent sur nous ces figures de l'autorité que nous côtoyons quotidiennement montre bien à quel point une large variété de nos comportements est affectée par les personnes qui nous semblent posséder l'autorité ou qui sont dépositaires, par délégation, de cette autorité. De cette manière, on peut expliquer peut-être plus facilement les effets de soumission dans la mesure où ces résultats semblent prouver qu'il y a un registre de comportements automatiques, spontanés qui s'expriment lorsque nous sommes confrontés à une demande implicite ou explicite d'une autorité. Si cette réponse est aussi automatique, elle permet donc de comprendre pourquoi, dans une situation plus problématique, où l'autorité est insistante, où elle nous exhorte à obéir, nous avons tant de peine à la défier.

Pour Zimbardo (1974), ces résultats expérimentaux qui mettent en évidence l'effet de la situation et des symboles de l'autorité sur le comportement des sujets, sont ceux qui éclairent le plus la façon dont nous parvenons à obéir à un acte aussi grave que celui que Milgram parvenait à faire accomplir par ses sujets. Pour Zimbardo (1974), situation et symboles se combinent et l'obéissance ne doit pas être perçue uniquement en référence à l'acte de conformisation d'un individu mais comme le résultat d'un processus long par lequel la rationalité du pouvoir, de la dominance et de l'autorité s'est inscrite en lui. Nous sommes contrôlés par des symboles, des règles et nous n'avons de cesse que de civiliser nos enfants comme le font nos institutions comme l'école où sans cesse il nous faut respecter une autorité, se plier aux règles, etc. S'il y a soumission aussi spontanée à l'autorité, c'est parce que nous-mêmes participons à la création de ces symboles mythiques de l'autorité, que nous vivons dans l'illusion d'un contrôle personnel, sans admettre que les normes de situation nous contraignent et aussi parce que l'on pense que les mauvaises choses sont produites par de mauvaises gens agissant avec de mauvais mobiles. À vivre avec de tels mythes nous n'aurions pas songé à interroger le fonctionnement de nos systèmes sociaux, institutionnels et organisationnels qui, subtilement, cachent en eux, derrière leur légitimité incontestable, car visant le bien de tous, les défauts de leurs avantages : la difficulté sinon l'impossibilité de contrôler réellement nos actes selon notre conscience.

Chapitre 2

LA SOUMISSION LIBREMENT CONSENTIE : ACCEPTER DE FAIRE DES CHOSES QUE NOUS AURIONS REFUSÉES SPONTANÉMENT

Sommes-nous tous prêts à devenir donneurs d'organes ? à donner de l'argent à un inconnu dans la rue ? à trier nos poubelles ? à consacrer notre matinée, samedi prochain, pour accompagner de jeunes délinquants à une visite au zoo ? À toutes ces questions nous allons certainement répondre que oui, cela est possible mais encore faut-il en avoir l'occasion. Vous allez voir que, en fait, ce n'est pas nécessairement l'occasion qui va vous conduire à agir mais la façon dont celui qui va vous solliciter va procéder. Un nombre important de techniques d'influence sociale du comportement existe. Nous allons étudier, dans ce chapitre, celles qui ont fait l'objet du plus grand nombre de publications dans la littérature psychosociale. Leur niveau d'efficacité est variable puisque certaines vont vous conduire à donner plus favorablement 0,20 euro à un inconnu dans la rue tandis que d'autres pourront vous conduire à trier consciencieusement, des années, voire des décennies durant, vos poubelles et vos ordures ménagères. De la même manière, on verra qu'une même technique peut être tout aussi efficace lorsqu'il s'agit d'inciter des personnes à répondre à un questionnaire dans la rue que lorsqu'il s'agit d'accepter de devenir donneurs d'organes. Malgré ces différences d'efficacité, ces techniques d'influence ont toutes quelque chose en commun : elles n'emploient aucune pression physique, morale ou économique pour induire le comportement attendu de la part de celui qui les utilise. Mieux, on verra que certaines peuvent même générer des inductions spontanées de comportements, c'est-à-dire vous conduire à produire un comportement que personne n'a sollicité. C'est donc l'influence ordinaire, banale, générée et inscrite, progressivement, dans nos relations sociales et dans notre culture, que nous allons étudier ici.

1 LE PIED-DANS-LA-PORTE : LE DOIGT DANS L'ENGRENAGE

De toutes les techniques de manipulation sans pression mises au point ou étudiées par les psychologues sociaux, la technique du Pied-dans-la-Porte est certainement celle qui a fait l'objet du plus grand nombre de recherches. Le nom donné à cette technique de manipulation est indissociable du travail initial mené par Freedman et Fraser (1966), qui voulaient étudier si le simple fait de réaliser un acte des plus anodins (donner l'heure ou une direction à un étranger qui vous en fait la demande, accepter de répondre à quatre ou cinq questions simples, signer une pétition portant sur un thème non problématique, etc.) ne nous prédisposait pas à accepter, plus favorablement, une requête ultérieure bien plus coûteuse en temps ou en argent (donner de l'argent, répondre à un questionnaire de cinquante ou cent questions, militer pour une cause, etc.). L'idée sous-jacente à cette procédure était que la « préparation psychologique » de la personne faciliterait l'acceptation de la requête finale dans une proportion bien supérieure à celle que l'on obtiendrait si cette requête avait été formulée directement.

1.1 L'expérience princeps

L'objectif de la première recherche expérimentale de Freedman et Fraser (1966) était d'obtenir de ménagères qu'elles acceptent que des enquêteurs (cinq ou six pas moins) viennent chez elles pendant deux heures afin de répertorier les produits qu'elles utilisaient dans leur maison. Ces charmantes dames prises au hasard dans le bottin téléphonique d'une ville américaine étaient sollicitées, par téléphone, par un enquêteur d'un « organisme privé » dont le nom était inventé pour la circonstance. Après s'être présenté, il demandait à la personne si elle accepterait de répondre à un court questionnaire composé de huit questions sur ses produits de consommation courante. En cas d'acceptation, le questionnaire était alors soumis et, au terme de la conversation, l'enquêteur remerciait chaleureusement cette dame, lui souhaitait une bonne journée puis raccrochait. Trois jours plus tard, ce même enquêteur téléphonait à nouveau aux ménagères ayant accepté de répondre initialement et leur demandait alors si celles-ci accepteraient de recevoir la fameuse équipe d'enquêteurs chez elles. À des fins de comparaison, un groupe contrôle avait été constitué qui se voyait formuler directement la requête finale. En outre, deux autres conditions expérimentales étaient introduites afin d'évaluer, plus précisément, le mécanisme cognitif sous-jacent à la technique. Dans un troisième groupe, on procédait comme dans le cas du

Pied-dans-la-Porte mais le questionnaire préparatoire n'était pas soumis aux sujets. Dans ce cas, l'enquêteur prétextait simplement qu'il les contacterait ultérieurement. Dans un dernier groupe, enfin, il n'était fait aucunement allusion au questionnaire et l'enquêteur se contentait de téléphoner pour présenter l'organisation à laquelle il appartenait et ce qu'elle faisait. Les résultats qui furent obtenus sont présentés dans le tableau 2.1 ci-dessous.

Pied-dans-la-Porte			Contrôle
Passation du questionnaire	**Pas de passation du questionnaire**	**Simple présentation**	**Aucune interaction préalable**
52.8 %	33.3 %	27.8 %	22.2 %

Tableau 2.1
Taux d'acceptation de la requête finale

Le premier groupe présenté ici se différencie statistiquement des autres groupes. Pour Freedman et Fraser (1966), ces résultats attestent bien de l'efficacité de la méthode et permettent de commencer à expliquer les conditions qui rendent cette technique efficace. Apparemment, la familiarité entre la ménagère et l'enquêteur ne jouerait pas puisque l'on observe bien une différence entre le premier et le troisième groupe alors que l'interaction entre les deux personnes a été de même durée. Au contraire, il semble bien que ce soit le fait d'accepter d'effectuer la première requête qui prédispose à accepter la seconde. Pour autant, certaines questions restaient en suspens : l'acceptation de la requête finale dépendait-elle de l'acceptation de la première requête ou d'un engagement initial de faire quelque chose auprès d'un enquêteur devenu familier ? Afin de mieux cerner le mécanisme explicatif à l'efficacité du Pied-dans-la-Porte, Freedman et Fraser vont effectuer une seconde expérience dont les résultats stupéfieront, pendant de nombreuses années, les psychologues sociaux.

Il s'agissait, cette fois, d'une requête qui apparaissait, au premier abord, comme plus exorbitante que la précédente puisque l'objectif était d'obtenir de résidents de maisons individuelles qu'ils posent dans leur jardin un large panneau (pas moins de 16 m^2) sur lequel était inscrit : « Conduisez prudemment » et cela, pour le compte d'un supposé service public d'information de sécurité routière.

L'expérience a donc été réalisée auprès de propriétaires de pavillons d'une banlieue calme d'une ville et quatre conditions expérimentales combinant deux facteurs ont été utilisées. Comme précédemment, il fallait concevoir une requête préparatoire qui soit facilement acceptée par les sujets. Aussi,

deux types de requêtes ont été élaborés qui consistaient à demander à certaines personnes de mettre un autocollant sur leur voiture ou, alors, pour d'autres personnes, de signer une pétition. La pétition ou l'autocollant portait, selon le cas, sur la sécurité routière (message d'incitation à conduire avec prudence) ou l'écologie (incitation à garder sa région propre). Cette sollicitation, contrairement à précédemment, ne se faisait pas par téléphone mais en face-à-face, au domicile des personnes. Deux semaines après, un autre expérimentateur se présentait au domicile de ces mêmes personnes (il était, de plus, ignorant de la manipulation préalable) pour présenter la requête finale. Un groupe complémentaire de personnes, non sollicitées pour signer la pétition ou mettre un autocollant, était également introduit afin de constituer le groupe contrôle. À l'ensemble de ces personnes, l'expérimentateur demandait si elles accepteraient de mettre un panneau publicitaire en faveur de la prévention routière dans leur jardin. Ce panneau étant de grande taille, une photographie représentant celui-ci à proximité d'un pavillon standard était présentée aux sujets afin qu'ils puissent se rendre compte des conséquences esthétiques que la pose d'un tel panneau pouvait entraîner.

Malgré le caractère exorbitant de cette requête finale, les taux d'acceptation obtenus par Freedman et Fraser ont dépassé certainement toutes leurs espérances. La synthèse de ces différents taux de soumission est présentée dans le tableau 2.2 ci-dessous.

	Type de requête préparatoire	
	Mettre un autocollant	**Signer une pétition**
Justification		
Sécurité routière	76.0	47.8
Préservation de la nature	47.6	47.4

Tableau 2.2

Taux d'acceptation à la seconde requête (en %)

En condition contrôle, c'est-à-dire dans le cas où les personnes n'ont pas été sollicitées une première fois, le taux d'acceptation de la mise en place du panneau a été de 16.7 % et s'avère statistiquement différent de tous les autres taux. On confirme donc, à nouveau, l'effet du Pied-dans-la-Porte. Comme on peut le voir, lorsqu'il y a convergence entre le thème et les caractéristiques des deux requêtes (condition « autocollant pour la sécurité routière »), les personnes acceptent d'autant plus facilement la seconde requête.

1.2 Les réplications du Pied-dans-la-Porte

1.2.1 Des réussites…

Près de trois cents articles sur le Pied-dans-la-Porte ont été publiés dans la littérature en psychologie. De fait, cette technique a été testée dans de nombreux contextes et pour de nombreux types de sollicitations. Toutefois, la plupart des requêtes avaient un caractère que l'on qualifie aujourd'hui de pro-social, c'est-à-dire visaient une aide à autrui ou une aide à une organisation généralement humanitaire ou caritative. Lorsque l'on utilise cette technique à des fins de profits personnels ou à des fins commerciales, il semble que l'on obtienne moins de résultats même si, là encore, la technique s'avère efficace.

■ *Aide à autrui ou à la collectivité*

Ce secteur est le plus « florissant » de l'usage de la technique du Pied-dans-la-Porte. En effet, dans près de neuf recherches sur dix publiées sur la technique du Pied-dans-la-Porte, la requête finale était de nature pro-sociale et visait une bonne cause, une aide à une personne nécessiteuse, une association caritative ou d'utilité publique. La seconde recherche de Freedman et Fraser l'illustre d'ailleurs parfaitement avec le thème de la sécurité routière. Toutefois, il n'y a pas que dans ces circonstances que l'effet du Pied-dans-la-Porte est obtenu. Ainsi, Allen, Schewe et Wijk (1980) ont montré que leurs sujets (des résidents d'une ville suédoise) acceptaient plus facilement de participer à une enquête longue, adressée par courrier, sur les problèmes d'énergie si, au préalable, ils avaient accepté de répondre à trois petites questions sur ce même thème. Ici, 67.3 % ont accepté le questionnaire contre 22.2 % en condition contrôle. Bell, Cholerton, Fraczek, Rohlfs et Smith (1994) ont encouragé des personnes à donner de l'argent à des associations de lutte et de prévention du sida par le biais du Pied-dans-la-Porte. Ici, la requête préparatoire était constituée d'une demande de signature d'une pétition destinée à inciter les responsables politiques à renforcer la prévention sur le sida. Bell *et al.* (1994) observeront que non seulement les sujets ont été plus nombreux à accepter la requête en condition de Pied-dans-la-Porte (23.1 %) qu'en condition contrôle (10.1 %) mais que, également, les dons moyens ont été plus élevés : 1,63 dollar en condition de Pied-dans-la-Porte contre 0,65 dollar en condition contrôle. Cette recherche a été faite aux États-Unis mais il semble que la culture importe peu puisque les mêmes effets ont été observés par Scharzwald, Bizman et Raz (1983) lors d'une campagne de collecte de fonds au profit des personnes handicapées menée en Israël. Ici aussi, le nombre de donateurs et le montant moyen des dons ont été supérieurs en condition de Pied-dans-la-Porte.

Même lorsque la requête implique plus le sujet, on observe un effet positif du Pied-dans-la-Porte. Cann, Sherman et Elkes (1975) ont montré qu'avec un petit questionnaire préalable servant de requête préparatoire et portant sur la sécurité routière, on augmentait sensiblement le taux de personnes acceptant d'aller distribuer des brochures sur ce thème dans la rue : 78.3 % en condition de Pied-dans-la-Porte contre 50.0 % en condition contrôle. Le même effet sera obtenu par Chartrand, Pinckert et Burger (1999) alors que la requête finale visait à faire distribuer des brochures sur la prévention des maladies cardio-vasculaires pendant trois heures : 55 % accepteront en condition de Pied-dans-la-Porte contre 27 % en condition contrôle. De la même manière, Cantrill (1991) observera que des étudiants seront plus nombreux à accepter de consacrer du temps pour rendre visite à une personne âgée avec l'emploi d'un Pied-dans-la-Porte où, cette fois, la requête consistait à demander aux sujets de faire une petite chose (une course) pour une personne âgée : 71 % accepteront la requête finale (consacrer une heure de son temps à une personne âgée à domicile) en Pied-dans-la-Porte contre 30.0 % en condition contrôle.

Le Pied-dans-la-Porte est donc une technique efficace pour que des sujets acceptent plus favorablement des requêtes destinées à aider la collectivité. On sait également que l'aide à une personne particulière est affectée par un Pied-dans-la-Porte et cela même de manière très spontanée. Ainsi, Uranowitz (1975) a mis au point une expérience dans laquelle, en situation expérimentale, un compère sortait d'un magasin avec des sacs chargés de provisions et demandait à des passants de surveiller ses sacs car il avait prétendument oublié quelque chose dans le magasin. Il revenait quelques instants plus tard souriant et remerciait le sujet. Celui-ci reprenait son chemin et, quelques mètres plus loin, il se retrouvait derrière un autre compère qui, les bras également chargés de provisions, faisait tomber quelque chose par terre en faisant semblant de ne rien remarquer. Bien entendu, en condition contrôle, aucune phase préalable ne précédait cette seconde situation. Les résultats montreront que les sujets ont signalé la perte dans 63 % des cas en situation expérimentale contre 35 % en condition contrôle. Pourtant, le second compère n'a rien demandé, et c'est spontanément que le sujet apportait son aide. Cette forme particulière de Pied-dans-la-Porte où aucune demande n'est formulée au sujet a été appelée le Pied-dans-la-Porte avec demande implicite (Joule et Beauvois, 2002). Une réplication de cette recherche a confirmé ces résultats (Pascual et Guéguen, soumis) et on sait également que cette aide spontanée est activée même si, comme l'a montré Dejong (1981), la requête préparatoire (signer une pétition en faveur des handicapés) n'a rien à voir avec l'aide finale (signaler à quelqu'un qu'il a perdu une pièce). De la même manière, Foehl et Goldman (1983) montreront qu'un compère qui vient de demander une direction à un sujet est plus aidé pour ramasser des brochures qu'il vient de faire tomber « accidentellement » quelques secondes plus tard (85 %) que s'il les fait tomber sans contact

préalable (10 %). En outre, si le compère s'est contenté de dire « bonjour » au préalable, cela n'entraîne pas d'aide plus importante (30 %). Ce n'est donc pas le contact social qui explique cette aide mais bien l'emploi d'une requête préalable.

Dans l'ensemble de ces expériences, le comportement recherché chez le sujet relevait de ce que l'on peut appeler un altruisme « spontané ». Comme on le voit, la technique du Pied-dans-la-Porte reste efficace. De plus, dans ces expériences, ce n'est pas toujours le même compère qui est en situation de demande d'aide implicite. Cela laisse donc entrevoir un possible effet d'activation de certains processus liés à la première requête et dont nous aurons l'occasion de parler plus loin. On se rend compte en effet, comme dans le cas d'une demande explicite, que ce n'est pas la nature de la relation avec le compère de la première requête qui explique l'intervention ultérieure.

À la limite de cette aide spontanée, on trouve dans la littérature une démarche originale de Joule, Tamboni et Tafani (2000). Leurs sujets étaient sollicités par un compère pour un renseignement quelconque. Quelques instants plus tard, le compère, qui avait fait tomber discrètement un billet de 50 francs par terre, signalait au sujet qu'il avait perdu cette somme. On observera que, dans cette condition, 65 % des gens ont déclaré que ce billet n'était pas à eux contre 8 % en condition contrôle. Il semble donc que même l'honnêteté envers autrui soit également affectée par la technique du Pied-dans-la-Porte.

Aide à de bonnes causes, aide spontanée à autrui auquel un petit souci survient, sont des situations où le Pied-dans-la-Porte fonctionne. Il s'agit toutefois de situations pour la plupart ordinaires, banales. Mais qu'en est-il avec des demandes plus problématiques, impliquant plus le sujet, voire suscitant habituellement de la gêne ? Nous allons voir que, ici aussi, le Pied-dans-la-Porte trouve des applications.

Même lorsque le comportement devient plus problématique pour le sujet, plus anxiogène, un effet positif du Pied-dans-la-Porte peut être obtenu. Hayes, Dwyer, Greenwalt et Coe (1984) ont montré que le Pied-dans-la-Porte pouvait être efficace pour augmenter les dons de sang. Des personnes prises au hasard dans le répertoire téléphonique étaient sollicitées par des agents d'un centre de transfusion sanguine. En condition de Pied-dans-la-Porte, l'agent demandait au sujet s'il serait susceptible de donner son sang si une pénurie devait survenir. Sept jours après, le sujet était recontacté et on lui demandait s'il accepterait de donner son sang dans les jours à venir. Les résultats obtenus montreront que, de manière générale, 42 % des sujets contactés ont accepté de donner contre 33 % en condition contrôle. En mesurant le nombre de personnes qui sont réellement venues faire un don, on a pu observer que l'on est passé de 42 % à 19 % en condition de Pied-dans-la-Porte et de 33 à 9 % en condition contrôle. On voit donc un aspect positif du Pied-dans-la-Porte dans le cas d'un comportement qui n'est pas aisé à

produire. Toutefois, on se gardera de généraliser car on verra ci-dessous que cet effet n'est pas toujours observé. En outre, ici, l'effet n'a fonctionné que chez des personnes qui étaient des donneurs occasionnels. Il n'y a pas d'effet chez les donneurs réguliers ni chez les non-donneurs. Enfin, on notera que la technique employée n'est pas véritablement un Pied-dans-la-Porte mais plutôt une procédure d'engagement (voir ci-après). Il est donc difficile de généraliser la portée de cette expérience dans le cas du don du sang. Un autre comportement problématique est la révélation de choses intimes à propos de soi. Swanson, Sherman et Sherman (1982) ont montré que des étudiants consentent plus volontiers à répondre à un questionnaire de quarante-cinq questions portant sur leurs problèmes sexuels si, au préalable, ils ont été amenés à répondre à quelques questions d'ordre démographique pour une prétendue petite enquête sur l'origine sociale et géographique des étudiants. Ici, en condition de Pied-dans-la-Porte, 85 % des sujets accepteront de répondre au questionnaire sur leur sexualité contre 45 % en condition contrôle. Outre cet effet comportemental, il semble que les sujets aient été plus à l'aise pour répondre. Après cette acceptation, on demandait aux sujets d'évaluer leur niveau d'anxiété à l'égard d'une telle enquête. Les résultats montreront que les sujets du groupe contrôle ont manifesté plus d'anxiété que ceux du groupe expérimental.

Comme on vient de le voir, le spectre des types de comportements que le sujet accepte plus volontiers parce qu'il a produit un acte préparatoire antérieur est large. On observe que, de surcroît, le Pied-dans-la-Porte fonctionne avec des requêtes difficiles à produire spontanément comme le don de sang. Cela tend bien à prouver la force de cette technique. Toutefois, ici, nous n'avons présenté que des requêtes socialement utiles pour la collectivité ou pour quelqu'un dans le besoin. On peut donc se demander si le Pied-dans-la-Porte peut fonctionner pour d'autres finalités. Même s'il y a beaucoup moins de recherches qui ont été conduites sur cet aspect, on peut, aujourd'hui, circonscrire les champs d'applications de cette technique. Nous allons voir qu'ils ne se limitent pas aux requêtes pro-sociales.

■ *Aide privée*

La première expérience de Freedman et Fraser (1966) relatée ci-dessus a montré que le Pied-dans-la-Porte était efficace alors que la requête finale portait sur la participation de ménagères à une enquête de consommation pour le compte d'un organisme privé. On voit donc que les bonnes œuvres, les causes nobles, les personnes nécessiteuses ne sont pas des conditions indispensables pour que la technique fonctionne. On sait aussi que des intérêts plus personnels ou nettement plus commerciaux peuvent être augmentés par l'utilisation de cette technique. Ainsi, Goldman, Creason et McCall (1982) ont eu pour objectif d'obtenir de sujets qu'ils acceptent, pour le compte d'une radio locale, de répertorier, sur un papier prévu à cet effet, tous les disques qu'ils écouteraient durant les six semaines à venir. À l'issue de

ces six semaines, les sujets devaient expédier ce papier par retour d'une enveloppe timbrée mise à leur disposition. L'expérience se déroulait par téléphone et les sujets avaient été pris au hasard dans le bottin téléphonique d'une ville. En condition de Pied-dans-la-Porte, les sujets, au préalable, étaient sollicités pour écouter la radio pendant une demie-heure afin d'être interrogés, à l'issue, sur ce qu'ils pensaient des programmes. Une fois cette requête acceptée et accomplie, les sujets se voyaient proposer la requête finale. En condition contrôle, comme d'habitude, cette requête était formulée directement. Les expérimentateurs évaluaient l'acceptation de la requête finale non pas en pourcentage comme d'habitude mais à l'aide d'une échelle de codage de leur comportement allant de 0 (refus net et raccrochage) à 5 (acceptation sans condition). Les résultats qui ont été obtenus montrent une moyenne de 2.90 en condition de Pied-dans-la-Porte contre 1.90 en condition contrôle. Bien qu'intéressants, ces résultats exprimés sous cette forme rendent difficile l'appréciation de l'effet sur le comportement. Aussi, Patch (1986) a appliqué une réelle mesure du comportement dans sa recherche où l'objectif était que les sujets répondent à un questionnaire de cinquante questions sur la télévision pour le compte d'une entreprise privée du secteur multimédia. En condition de Pied-dans-la-Porte, au préalable, les sujets avaient été sollicités par téléphone pour répondre à quatre questions sur les programmes TV. Les résultats montreront que 75 % des sujets ont accepté le long questionnaire contre 45 % en condition contrôle. Il est à noter qu'une expérimentation ultérieure (Patch, 1988), sensiblement identique, confirmera ces résultats : 75 % en condition de Pied-dans-la-Porte pour 48 % en condition contrôle. On voit donc que le Pied-dans-la-Porte permet d'obtenir plus d'acceptation à une requête émanant d'un organisme privé. Une recherche de Hornik, Zaig et Shadmon (1991) confirmera également de tels résultats alors que l'objectif était que des sujets répondent à des questionnaires sur des sujets dérangeants comme la fraude fiscale, visionner des films pornos, la sexualité, etc. En condition de Pied-dans-la-Porte, on demandait au sujet s'il accepterait de répondre à trois petites questions assez personnelles sur la ceinture de sécurité. Si le sujet acceptait, les questions lui étaient posées. Puis, trois jours après, le sujet était recontacté et on lui rappelait qu'il avait répondu à un petit questionnaire auparavant et la requête finale lui était alors soumise. Ici, le questionnaire final a été réellement administré. En condition de Pied-dans-la-Porte, 59.7 % des sujets ont accepté contre 46.7 % en condition contrôle. À nouveau, le Pied-dans-la-Porte s'est avéré efficace pour qu'une personne accepte de participer à une recherche émanant d'un organisme privé. Cela permet d'apprécier, encore une fois, la puissance de cette technique sur le comportement du sujet.

À la frontière entre l'aide à autrui et l'intérêt privé, on trouve des recherches ayant testé le Pied-dans-la-Porte sur des sollicitations au profit du demandeur lui-même. Ainsi, Harris (1972) a montré que lorsqu'elle demandait 10 cents à des sujets dans la rue, il valait mieux faire précéder cette

requête par une demande de l'heure ou une direction quelconque. Elle observera, en effet, que, dans ce dernier cas, 42 % des sujets ont donné contre 11 % en condition contrôle où la demande était adressée directement. On observe, en outre, que cela affecte l'implication du sujet dans le comportement. Guéguen et Fischer-Lokou (1999) ont fait tester plus de trois mille six cents personnes dans la rue (contre cinquante-quatre dans l'expérience de Harris) afin qu'elles donnent un peu d'argent. En condition expérimentale, cette requête était également précédée par la demande de l'heure. Comme le montre le tableau 2.3 ci-dessous, non seulement un effet positif du Pied-dans-la-Porte a été obtenu sur le taux d'acceptation de la requête mais, également, les sujets ont accordé des montants plus conséquents.

	Expérimental	**Contrôle**
Acceptation de la requête (en %)	43.0	28.0
Montant moyen des dons (en €)	0.37	0.28

Tableau 2.3
Taux d'aide et moyennes des dons consentis

Cet effet du don moyen confirme ici les résultats obtenus par Bell *et al.* (1994) qui avaient montré, en condition de Pied-dans-la-Porte, que des dons plus importants en numéraires étaient accordés à une association de lutte contre le sida. On voit ici que le même résultat est obtenu alors que le don est au profit d'un intérêt plus personnel.

■ *Aide pour soi*

Jusqu'à présent, les recherches que nous avons présentées visaient à ce que des personnes acceptent une requête qui, à l'évidence, était coûteuse pour le sujet (perte de temps, d'argent, divulgation d'informations personnelles) alors que le bénéfice était pour le solliciteur (informations marketing, argent pour des associations caritatives, bénévolat dans une association, etc.). Aussi étrange que cela puisse paraître, des applications où le bénéfice de la technique du Pied-dans-la-Porte était au profit du sujet lui-même ont également été réalisées. On citera, à ce propos, la recherche de Dolin et Booth-Butterfield (1995), lesquels souhaitaient augmenter le nombre de femmes acceptant de subir un examen gynécologique à des fins de dépistage et de prévention du cancer du sein et du col de l'utérus. Les sujets étaient sollicités au moment où se déroulait une manifestation sur la santé. En condition de Pied-dans-la-Porte, une expérimentatrice abordait un sujet (une femme) et se présentait comme membre d'une association de lutte contre le cancer et lui proposait une carte sur laquelle on montrait comment faire un auto-diagnostic mammaire. La carte comprenait un calendrier destiné au report mensuel de l'auto-diagnostic. En condition contrôle, ce contact entre l'expérimentatrice

et le sujet n'avait pas lieu et aucune carte n'était remise. Une autre personne abordait le sujet et expliquait qu'un nouveau service de gynécologie était en place et lui demandait si elle souhaitait participer à une consultation. En condition contrôle, bien évidemment, il n'y avait que ce contact qui était établi avec le sujet. Après la réponse du sujet, on lui demandait de bien vouloir répondre à un questionnaire destiné à mesurer ses attitudes en matière de santé. Ce questionnaire incluait des questions de santé gynécologique. Les résultats montreront que, en condition de Pied-dans-la-Porte, 41 % des femmes accepteront la consultation contre 25 % en condition contrôle. En outre, fait intéressant, Dolin et Booth-Butterfield (1995) montreront que, en condition de Pied-dans-la-Porte, les attitudes des sujets à l'égard des examens gynécologiques sont devenues plus positives qu'en condition contrôle et, cela, alors même que la mesure a été faite uniquement chez les personnes ayant accepté de participer à l'examen. Cet effet sur l'attitude est intéressant car cela peut expliquer les effets de cette technique dans le temps que nous étudierons ci-après.

La recherche de Taylor et Booth-Butterfield (1993) va encore plus loin dans l'utilisation de la technique du Pied-dans-la-Porte lorsque la requête bénéficie au sujet. L'expérience était menée par un barman auquel on avait demandé de repérer des personnes (des hommes) qui avaient une propension à consommer un peu d'alcool. En situation expérimentale, il demandait à certains de ses clients de signer une pétition contre l'alcool au volant puis, il leur donnait une brochure sur ce sujet fournie par la police locale. En condition contrôle, une telle demande n'avait pas lieu. Puis, les six semaines suivantes, il était convenu que le barman observe les sujets jusqu'à ce qu'il sache que ceux-ci étaient sous emprise éthylique. Au moment où le sujet s'apprêtait à quitter le bar, le serveur lui proposait alors d'appeler un taxi. Les résultats montreront que 10 % des clients ont accepté la proposition du serveur en condition contrôle tandis qu'ils ont été 58 % en condition expérimentale. Il y a donc, ici, un effet positif du Pied-dans-la-Porte sur le comportement effectif du sujet et non plus sur des intentions. Toujours dans le cadre d'une application au profit du sujet lui-même, Joule (1987) montrera qu'un Pied-dans-la-Porte s'avère efficace pour que des fumeurs consentent à arrêter de fumer pendant dix-huit heures consécutives. Il observera cet effet à la fois sur les intentions et sur les comportements. Bloom (1998) montrera également le même effet alors que, cette fois, l'objectif était que les sujets participent à un groupe de discussion entre fumeurs pour parvenir à s'arrêter de fumer. Ici encore, un petit questionnaire préalable aura suffi pour augmenter le nombre de personnes acceptant de participer à cette discussion.

À la frontière entre l'intérêt collectif et privé, une recherche de Katzev et Johnson (1983) a utilisé un Pied-dans-la-Porte activé par une petite enquête préparatoire sur la consommation d'énergie pour que des gens acceptent d'être volontaires pour participer à un programme de réduction de la consommation d'énergie à domicile. Aucun effet sur le taux d'acceptation ne

sera observé en condition de Pied-dans-la-Porte et en condition contrôle. Le taux d'acceptation était très élevé (95 %) en condition contrôle, ce qui laissait peu de marge pour tester l'effet du Pied-dans-la-Porte. Toutefois, on observera que les sujets en condition de Pied-dans-la-Porte ont effectivement mieux appliqué les consignes de réduction de consommation puisque leurs dépenses d'énergie ont été inférieures à celles du groupe contrôle. De la même manière, Ollivier et Ruellan (1993) observeront que des chômeuses de longue durée, ayant décroché avec des démarches actives de collaboration avec l'ANPE, se montrent plus nombreuses à assister à une réunion si, le jour précédent, elles ont été sollicitées par leur agence ANPE pour donner leur avis sur le choix de deux musiques d'attente téléphonique. Le lendemain, elles recevaient une lettre les invitant à participer à une réunion d'information sur une nouvelle formation. On observera que 85 % des sujets sont venus à cette réunion en condition de Pied-dans-la-Porte contre 63 % en condition contrôle.

Comme on le voit à travers ces expériences, le Pied-dans-la-Porte conduit donc à avoir des effets positifs en matière de santé alors que, ici, le bénéfice est en faveur du sujet lui-même. On verra que de tels résultats auront de l'intérêt lorsque nous aborderons les explications théoriques à ce mécanisme.

■ *Efficace même sur Internet : le Pied-dans-la-Porte électronique*

Jusqu'à présent, les recherches qui ont été présentées sur le Pied-dans-la-Porte ont été réalisées avec un mode de communication synchrone comme le téléphone ou le face-à-face. Il reste que ce n'est pas le seul mode de communication. Une communication de type asynchrone est également possible. Il s'agit d'une situation où la communication ne peut se faire que dans un sens : A communique avec B ou B communique avec A mais où les deux ne peuvent communiquer ensemble à un même moment. Cet aspect a déjà été évoqué par certains chercheurs travaillant sur le Pied-dans-la-Porte. Weyant (1996) estime en effet que la technique du Pied-dans-la-Porte pourrait être utilisée dans le cas du courrier postal qui est une situation d'interaction également asynchrone et quasiment unimodale (ce qui n'est pas le cas pour le courrier électronique). Il reste que cela n'est qu'une hypothèse qui n'a pas été testée empiriquement. Il convenait donc de le tester afin de voir si nos méthodes modernes de communication permettent également de laisser passer ces techniques d'influence que nous observons dans notre vie de tous les jours.

Une première expérience que nous avons menée (Guéguen, 2002) consistait à solliciter des étudiants par le biais du courrier électronique afin qu'ils acceptent de répondre à un long questionnaire sur leurs habitudes alimentaires. Volontairement, des étudiants en informatique ont été choisis dans cette expérience car ils étaient en mesure de répondre à la requête

préparatoire utilisée dans la condition de Pied-dans-la-Porte. En effet, un e-mail était expédié au sujet qui lui demandait un renseignement technique sur une conversion de fichier informatique. Ce mail provenait d'une personne inconnue du sujet mais on pouvait voir, dans le contenu du mail, qu'il s'agissait d'un étudiant en statistique. Quelques mots suffisaient pour donner la solution. Un quart d'heure après, un nouveau message était expédié au sujet, dans lequel il était remercié pour son conseil. La demande de participation à l'enquête était contenue dans ce nouveau mail. Le demandeur prétextait qu'il s'agissait d'une étude dans le cadre d'un travail de groupe qui serait noté. Le questionnaire était joint au e-mail sous forme de formulaire HTML qu'il suffisait de remplir et de renvoyer par un simple clic sur un bouton. Il fallait environ 15-20 minutes pour y répondre. En condition contrôle, bien évidemment, seul ce deuxième mail était envoyé. Les résultats montreront que, en condition de Pied-dans-la-Porte, 76 % des sujets sollicités ont répondu au questionnaire contre 44 % en condition contrôle. Il semble donc qu'une sollicitation dans le cadre d'un contexte aussi pauvre en termes d'interaction et d'informations sociales que peut constituer la communication par e-mail ne soit pas un obstacle à l'efficacité de la technique du Pied-dans-la-Porte. Cela tend donc à montrer que l'efficacité du Pied-dans-la-Porte ne réside pas dans la nature de l'interaction entre le solliciteur et le sujet mais plutôt dans l'emploi de requêtes successives. Il reste, bien entendu, que ces résultats peuvent être expliqués autrement que par l'effet du Pied-dans-la-Porte. En effet, en condition expérimentale, le sujet était remercié d'avoir apporté son aide lors de la première sollicitation. Or, de tels remerciements peuvent conduire à une perception plus positive du requêteur et on sait que, en soi, cette perception positive est un facteur d'influence de l'aide à autrui (Takemura, 1993). Il était bien entendu difficile d'éviter de tels remerciements comme il est encore plus difficile de les éviter dans le cas d'un Pied-dans-la-Porte fait sur un mode synchrone (face-à-face ou par téléphone). Afin de pouvoir éviter ces remerciements ou de faire en sorte que le groupe contrôle puisse également en recevoir avant la formulation de la requête finale, une autre expérimentation destinée à tester l'efficacité d'un Pied-dans-la-Porte dans un contexte encore plus pauvre en termes d'interactions sociales a été faite (Guéguen, Jacob et Legohérel, sous presse). Un site internet avait été construit pour réaliser cette expérience. Il s'agissait d'un site en faveur d'une cause humanitaire : ici, les enfants victimes des mines antipersonnelles répandues dans le monde. Le site s'appelait « Enfance victime de mines » et présentait, directement, dans sa page d'accueil, des photos d'enfants victimes de ces traumatismes ainsi qu'un texte de sensibilisation. Deux variantes du même site étaient construites pour les besoins de l'expérimentation où 1 208 hommes et femmes ont été testés. Un courrier était adressé par le biais d'un logiciel de mailing de courriers électroniques. Ce message contenait le texte suivant : « Donnez cinq minutes de votre temps à l'enfance victime des mines en cliquant sur… » Sous ce texte, un lien hyper-

texte contenant l'adresse du site apparaissait. Pour y accéder, il suffisait au sujet de cliquer sur ce lien.

En condition contrôle, la première page comportait un lien invitant la personne à faire un don en faveur des enfants victimes des mines. Le sujet était alors renvoyé à une seconde page contenant une photo présentant deux enfants et un message de remerciements. Un autre lien était contenu dans cette page qui mentionnait la phrase suivante : « Aidez les enfants en demandant un formulaire de don. » L'activation de ce lien conduisait alors à une autre page qui présentait, à nouveau, une photo d'enfant et qui informait le sujet que le site était nouveau et qu'il n'avait pas la possibilité de recevoir les dons. Toutefois, on rajoutait, en plus gros caractères, qu'il était possible de donner à des associations humanitaires pour l'enfance. Suivaient ensuite des liens hypertextes de trois grandes organisations humanitaires pour lesquelles de tels dons pouvaient être effectués. En condition de Pied-dans-la-Porte, la page d'accueil contenait les mêmes informations mais le lien invitait le sujet à signer une pétition contre les mines antipersonnelles. L'activation de ce lien renvoyait à une page présentant une photo d'enfant et remerciant le sujet de signer la pétition. Le texte de la pétition était également présenté (faire respecter le traité d'interdiction des mines antipersonnelles). Le formulaire contenait quatre champs que le sujet devait remplir : nom, prénom, adresse électronique, sexe. Un bouton d'envoi situé à la fin permettait l'envoi des informations à la base de données du site. Après l'envoi, le sujet se retrouvait alors à la page présentant le lien invitant à demander un formulaire de don. À ce stade, tout se déroulait alors comme dans la condition contrôle. Le fait de consulter ou pas la page de don et le fait de cliquer ou pas sur le lien permettant de se rendre sur le site d'une des organisations humanitaires officielles proposées constituait les deux variables dépendantes. Les résultats obtenus sont présentés dans le tableau 2.4 ci-dessous.

	Condition expérimentale	
	Pied-dans-la-Porte	**Contrôle**
Activation de la page de don	12.1	3.3
Activation du lien vers une association humanitaire pour effectuer le don		
Par rapport au nombre total de sujets testés	5.2	1.3
Par rapport aux sujets ayant activé la page de don	44.2	40.0

Tableau 2.4

Taux de personnes ayant consulté la page des dons et ayant activé le lien vers une organisation humanitaire autorisant les dons en ligne (en %)

Comme on le voit ici, le fait de signer une pétition électronique a conduit les sujets à accepter plus favorablement de faire un don à une organisation humanitaire. Ici, pourtant, aucune interaction sociale n'existe, aucun remerciement n'est adressé par un inconnu au sujet après son passage par le formulaire de pétition électronique. Il semble donc, encore une fois, que ce n'est pas dans la nature de la relation demandeur/demandé que se trouve le mécanisme psychologique de fonctionnement du Pied-dans-la-Porte mais bien dans la succession des requêtes.

■ *Pied-dans-la-Porte et requêtes indésirables*

Les requêtes des expériences que l'on a vues étaient, en apparence, toutes louables et visaient à apporter de l'aide à quelqu'un ou à un organisme privé ou public ou à une bonne cause. Bref, il s'agit de requêtes socialement valorisantes. Shanab et Isonio (1982) ont toutefois montré que le Pied-dans-la-Porte était efficace même dans le cas de requêtes dites indésirables. Ici, il s'agissait d'inciter des sujets (des étudiants) à participer à une expérience où, pendant une heure, un adulte serait puni, par envoi de chocs électriques, pour des erreurs qu'il commettrait dans une tâche d'apprentissage. Alors qu'en condition contrôle, les sujets ont accepté la requête de l'expérimentateur (un professeur) dans 26 % des cas, ils ont été 50 % en condition expérimentale où la requête préparatoire consistait à leur demander de faire la même tâche pendant 15 minutes.

1.2.2 … et des échecs

Nous venons de voir beaucoup d'applications où le Pied-dans-la-Porte a été efficace pour augmenter le taux d'acceptation d'une requête soumise par un demandeur quelconque. Il faut toutefois se garder de généraliser et de penser que cette technique fonctionne à chaque fois. Cette technique peut aussi se révéler inefficace même dans des situations qui, en apparence, sont proches de situations où la technique a pourtant fonctionné. On verra plus loin, que ces réussites et ces échecs incitent donc à prendre du recul pour essayer de voir ce qui différencie méthodologiquement ces expériences.

Ainsi, s'agissant du don de sang, on a pu montrer précédemment un effet positif, à la fois sur les intentions et le comportement, de l'utilisation d'un Pied-dans-la-Porte pour augmenter les dons (Hayes *et al.*, 1984). Une recherche de Cialdini et Ascani (1976) a également testé cette technique auprès d'étudiants. Ici, la requête préparatoire était de placer un autocollant faisant la promotion du don sur leur porte de chambre de cité universitaire. Malheureusement, aucun effet positif ne sera observé : le taux d'acceptation étant identique à celui de la condition contrôle. Pour ces auteurs, la peur du don du sang serait telle qu'elle ne pourrait être surmontée malgré la pression

à se soumettre exercée par le Pied-dans-la-Porte. La même conclusion sera faite par Foss et Dempsey (1979) qui testeront différentes requêtes préparatoires et n'observeront aucun effet de la technique tant sur les intentions que sur les comportements effectifs. Il semble donc y avoir une contradiction avec l'expérience de Hayes *et al.* (1984). Il reste que les deux recherches citées ici ont été faites avec des étudiants alors que, chez Hayes *et al.* (1984), il s'agissait de personnes prises au hasard dans le bottin téléphonique. En outre, ces auteurs avaient trouvé un effet uniquement chez des donneurs occasionnels mais pas chez des non-donneurs. Or, les sujets de Cialdini et Ascani (1976) et Foss et Dempsey (1979) étaient des non-donneurs. Enfin, on rappellera que la technique de Hayes *et al.* (1984) était plus une technique d'engagement qu'un Pied-dans-la-Porte. Bref, il y a là tout un ensemble de différences qui ne résout pas la question de savoir si un Pied-dans-la-Porte peut être réellement efficace dans le cas du don de sang. Ici, il faudrait d'autres recherches utilisant plusieurs profils de sujets mais avec une méthodologie constante pour pouvoir trancher de manière plus sûre.

Le don du sang est un acte problématique, difficile à produire, susceptible de susciter de la peur notamment chez les non-donneurs, ce qui peut expliquer qu'il ne soit pas toujours sensible à un Pied-dans-la-Porte. Répondre à un questionnaire l'est moins et on a vu, à de nombreuses reprises, que cette technique a été efficace. Il reste qu'il y a des recherches qui montrent que cela ne fonctionne pas toujours. Ainsi, Groves et Magilavy (1981) ont montré que pour inciter des personnes prises au hasard dans le bottin téléphonique à répondre à un questionnaire de santé de 30 minutes, l'emploi d'une technique de Pied-dans-la-Porte (requête préparatoire consistant à répondre à deux questions) conduisait bien à une légère augmentation du nombre de personnes qui acceptaient de répondre (+ 5.1 %) mais que celle-ci n'était pas statistiquement différente de la condition contrôle. Pourtant, l'expérience a été menée sur 5 392 personnes. Toutefois, il convient aussi de signaler que le taux de réponse en condition contrôle était élevé (80.1 %), ce qui laissait une faible marge d'expression à la technique : le reste étant, comme l'ont souligné les auteurs, constitué d'un noyau « d'irréductibles ». En outre, la requête préparatoire était faible et on verra, ci-après, que le contrôle de cette caractéristique semble essentiel. Ces limites ne doivent toutefois pas faire oublier qu'il y a des cas de réels échecs de la technique du Pied-dans-la-Porte. Furse, Stewart et Rados (1981) ont montré une inefficacité d'une technique de Pied-dans-la-Porte où, pourtant, la requête préparatoire consistait à répondre à un court questionnaire par téléphone tandis que la requête finale était constituée par l'acception d'un questionnaire reçu par courrier. Aucun effet du Pied-dans-la-Porte ne sera obtenu ici mais il est vrai que la passation du second questionnaire n'était pas faite en face-à-face ou par téléphone, ce qui peut avoir réduit considérablement l'efficacité de la technique.

1.3 Facteurs d'influence du Pied-dans-la-Porte

Comme nous venons de le voir, la technique du Pied-dans-la-Porte fonctionne et… ne fonctionne pas toujours. Il reste que, dans de nombreuses circonstances, cette technique est efficace pour obtenir l'acceptation de requêtes de nature extrêmement variée. En ce qui concerne l'importance de l'effet, il convient de noter que, à ce jour, quatre méta-analyses menées sur les nombreuses recherches effectuées sur cette technique attestent de l'efficacité de celle-ci sur la soumission (Beaman, Cole, Preston, Klentz et Steblay, 1983 ; Burger, 1999 ; Dillard, Hunter et Burgoon, 1984 ; Fern, Monroe et Avila, 1986). De manière générale, l'importance de l'effet est de 0.11, ce qui correspond à un gain moyen d'acceptation de la requête de 11 % par rapport à la situation contrôle. Cela peut paraître faible mais il convient de noter que l'écart type de l'importance de l'effet est élevé (0.14), ce qui montre qu'il y a beaucoup de variation à l'efficacité de la technique. En regardant de plus près certaines recherches, on a toutefois observé que des différences méthodologiques existent entre des recherches qui visaient pourtant la même requête (par exemple un don de sang). Les chercheurs ont donc tenté d'isoler ces facteurs. Même si, là encore, il n'y a pas de consensus et, même si des différences existent, on a pu observer certaines caractéristiques qui font qu'un Pied-dans-la-Porte peut ou ne peut pas fonctionner.

1.3.1 Le caractère pro-social de la requête

Bien que l'on ait vu que le Pied-dans-la-Porte fonctionnait avec des demandes d'aide au profit d'une personne ou d'une entreprise privée, on sait que c'est surtout dans le domaine des demandes pro-sociales que la technique fonctionne. Toutefois, les recherches sont tellement différentes d'un point de vue méthodologique et visent des objectifs si variables qu'il est difficile d'en tirer des principes généraux de fonctionnement. Une méta-analyse faite par Dillard, Hunter et Burgoon (1984) a séparé les requêtes de type pro-sociales fortes (organisations charitables, etc.) ou faibles (compagnies privées, marketing) et atteste que le caractère pro-social fort de la requête est un facteur important de l'efficacité de cette technique : plus d'effet du Pied-dans-la-Porte est obtenu lorsque la demande est de nature pro-sociale forte. Toutefois, il s'agit là d'une méthode empirique *a posteriori* et non d'une évaluation expérimentale. Aussi, Dillard et Hale (1992) ont testé directement cet aspect. L'objectif était que les sujets répondent à une enquête sur les programmes télé. Ici le caractère pro-social de cette enquête était manipulé par les caractéristiques sociales de l'organisation d'appartenance du demandeur. Dans un premier cas, il s'agissait d'une association nationale de parents cherchant à promouvoir des programmes de qualité pour la jeunesse (caractère pro-social élevé), un organisme multimédia inconnu (caractère

pro-social moyen) ou une société privée du secteur commercial multimédia (caractère pro-social faible). Pour le reste, on employait la même technique. En Pied-dans-la-Porte, avant la requête finale, on demandait aux sujets (des personnes prises au hasard dans le répertoire téléphonique d'une ville) de répondre à trois questions sur la télévision. À l'issue de cette passation, la requête finale était soumise aux sujets. En condition contrôle, seule la dernière requête était adressée. Les résultats qui ont été obtenus sont présentés dans le tableau 2.5 ci-dessous.

	Caractère pro-social de la source		
	Bas	**Moyen**	**Élevé**
Pied-dans-la-Porte	68	76	83
Contrôle	53	67	69

Tableau 2.5
Taux d'acceptation de la requête (en %)

Le caractère pro-social de la demande a manifestement son importance. Pour Dillard et Hale (1992), la nature de la requête a une importance et ne doit pas être négligée lorsque l'on veut employer une méthode destinée à accroître l'acceptation d'une requête. La Porte-dans-le-Nez ne fait pas exception ici.

1.3.2 Le délai entre les deux requêtes

La recherche de Freedman et Fraser (1966) montre qu'après deux semaines entre les deux requêtes, le Pied-dans-la-Porte est toujours efficace. Rappelons que ces chercheurs souhaitaient que des résidents de maisons de banlieue placent dans leur jardin un panneau de 16 m^2 en faveur de la prévention routière. Pour cela, l'acte préparatoire consistait à signer une pétition ou à placer un autocollant sur leur voiture. Il reste que la pétition est un acte qui peut s'oublier alors que le fait de coller un autocollant sur la voiture réactive, en permanence, cette acceptation initiale. Or, ces chercheurs ont montré que le taux de soumission était plus important avec cette requête qu'avec la signature d'une pétition. Il est donc difficile de dire si le délai pouvait réellement être apprécié dans ce cas. Aussi, afin de mieux contrôler cela, Beaman, Steblay, Preston et Klentz (1988) ont mené une série d'expériences où l'objectif était que des femmes prises au hasard dans un répertoire téléphonique répondent à un questionnaire sur les produits ménagers réclamant 20 minutes pour être administré. En condition de Pied-dans-la-

Porte, ces chercheurs ont laissé 1, 4, 7, 11, 15 et 19 jours entre la requête finale et la requête préparatoire (petit questionnaire de trois ou quatre questions rapide à administrer). Selon le cas, également, on rappelait ou pas au sujet lors de la seconde requête qu'il avait déjà répondu à un petit questionnaire. Les résultats ne montreront aucun effet de toutes ces variations : le délai, comme le rappel, conduisant à obtenir sensiblement les mêmes taux d'acceptation de la seconde requête et cela autant à un jour qu'à dix-neuf. Il semble donc que si le délai a une influence dans le cas du Pied-dans-la-Porte, il convient d'aller le chercher au-delà de dix-neuf jours. Il n'y a pas, à notre connaissance, de recherche au-delà de cette période mais il semble bien que le temps ait peu d'effet. Cet argument est d'ailleurs renforcé par la méta-analyse de Dillard, Hunter et Burgoon (1984) qui a corrélé l'importance de l'effet et le délai entre les deux requêtes exprimé en jours pour soixante-neuf expériences publiées. Les résultats montrent une corrélation nulle. Statistiquement, le délai n'agit pas sur l'efficacité de la technique du Pied-dans-la-Porte.

Si le Pied-dans-la-Porte fonctionne après plusieurs semaines séparant les deux requêtes, il faut, si on en croit Chartrand, Pinckert et Burger (1999), se garder de formuler trop rapidement les deux requêtes. Ces chercheurs estimaient que le fait, pour un même requêteur, de formuler immédiatement deux requêtes, conduirait à ce que le sujet voit dans un tel comportement comme une tentative de réduire sa liberté de choix d'acceptation. De fait, cela devrait susciter de la réactance (Brehm, 1966) et donc réduire son acceptation. Afin de tester cela, ces chercheurs ont mis en place une expérience visant à trouver des volontaires qui accepteraient de consacrer trois heures à distribuer des brochures de prévention sur les maladies du cœur. Alors que cette requête était formulée directement au sujet en condition contrôle, il n'en allait pas de même en condition expérimentale. En effet, ici, quatre conditions étaient étudiées. Dans un cas, le sujet était initialement abordé par un compère qui lui demandait s'il accepterait de porter un badge au profit d'une association pour les maladies du cœur. Tous les sujets ont accepté et le badge était alors placé. En condition dite de même requête, celui-ci formulait, quelques secondes après, la requête finale tandis qu'en condition de requêteurs différents, le premier compère quittait le sujet après avoir placé le badge et s'en allait. Une minute après, un second requêteur arrivait et sollicitait le sujet pour la requête-cible. Dans deux autres conditions qualifiées de « requête différée », on procédait de la même manière mais le même requêteur ou les deux requêteurs sollicitaient le sujet deux jours après que le sujet ait accepté le badge (l'expérience a pu se faire car le sujet venait à deux jours d'intervalle dans un même lieu pour participer à une étude et ce contexte a servi de prétexte pour faire cette expérience). Les résultats qui furent obtenus sont présentés dans le tableau 2.6 ci-après.

	Même requêteur	Requêteurs différents
Seconde requête immédiate	7.0	51.4
Seconde requête différée	62.5	50.0
Contrôle	27.0	

Tableau 2.6
Taux d'acceptation de la requête selon les différentes conditions de délai et de succession du requêteur (en %)

Comme on le voit, le Pied-dans-la-Porte fonctionne mais uniquement si les deux requêteurs sont différents ou si le même requêteur laisse un délai entre ses deux requêtes. Bien qu'intéressants, ces résultats ne sont pas sans poser de problème car beaucoup de recherches précédentes ont montré un effet du Pied-dans-la-Porte, avec un même requêteur, alors qu'il y avait un faible délai entre les deux requêtes. Il est possible que la différence entre même requêteur et deux requêteurs différents en condition de requête immédiate soit imputable au délai : quelques secondes dans le premier cas et une minute dans l'autre. On peut encore envisager que cela provienne de ce que la première requête a été effectivement réalisée par le sujet (le badge était porté), ce qui n'est pas toujours le cas dans beaucoup d'autres recherches. Il aurait fallu un peu de temps (au moins une minute) avant que ne retombe ce sentiment d'avoir fait suffisamment. On voit bien que cette expérience laisse des interrogations auxquelles de nouvelles évaluations empiriques permettraient de répondre. Des variations extrêmement infimes dans la succession des délais avec ou sans réalisation de l'acte permettraient vraiment de savoir si on suscite ou non de la réactance en rapprochant trop la formulation des deux requêtes.

1.3.3 Le coût des requêtes

Il s'agit là encore d'un aspect qui a été évalué empiriquement à plusieurs reprises. L'idée étant que le Pied-dans-la-Porte est une technique qui fonctionne par requêtes successives, il est donc légitime de penser que le coût des requêtes à son importance. Ainsi, si la requête préparatoire est importante le sujet peut avoir le sentiment d'avoir déjà donné suffisamment au demandeur. D'un autre côté, si elle est trop insignifiante, le sujet n'a pas le sentiment d'avoir fait un effort suffisant ce qui ne le conduit pas à persister. Or, on sait que la requête préparatoire n'est pas qu'une simple prise de contact puisque des expériences ont montré, justement, qu'elle permet d'obtenir plus de soumission que dans une condition de simple contact (Foehl et Goldman, 1983 ; Freedman et Fraser, 1966). Cet aspect du coût a été testé par les

chercheurs et on verra, encore une fois, qu'il n'est pas sans conséquence dans l'appréciation des processus explicatifs à ce phénomène qu'est le Pied-dans-la-Porte.

Snyder et Cunningham (1975) avaient montré qu'un Pied-dans-la-Porte ne fonctionnait pas lorsque la requête préparatoire était exorbitante. On verra dans la partie consacrée à la Porte-dans-le-Nez qu'il est dommage que ces chercheurs aient attendu trois jours entre les deux requêtes, sinon ils auraient pu mettre en évidence une nouvelle technique. Leur expérience, bien qu'intéressante, a trop contrasté l'importance de la requête préparatoire pour permettre des évaluations. La démarche de Seligman, Bush et Kirsch (1976), qui sont les premiers à avoir testé l'impact du coût de la requête préparatoire de manière systématique, a utilisé des requêtes préparatoires au coût graduel. L'objectif était que les sujets acceptent de répondre à un questionnaire contenant très précisément cinquante-cinq questions sur la crise de l'énergie et l'inflation. Quatre conditions de Pied-dans-la-Porte avaient été testées et correspondaient à un niveau différencié de requêtes préparatoires. Cette requête préparatoire était constituée d'une demande préalable de réponse à un questionnaire par oui ou par non qui prenait peu de temps et soumis par téléphone. Si le sujet acceptait, on lui soumettait alors ce questionnaire qui comprenait, selon le cas cinq, vingt, trente ou quarante-cinq questions et qui nécessitait un temps de 15, 60, 105 ou 180 secondes, en moyenne, pour y répondre. Le sujet était remercié puis, deux jours après, on le contactait à nouveau afin de voir s'il accepterait de répondre à d'autres questions sur la crise de l'énergie et l'inflation. Bien entendu, en condition contrôle, seule cette dernière demande était faite. Les résultats obtenus sont présentés dans le tableau 2.7 ci-dessous et attestent de l'importance du coût de la requête préparatoire.

Pied-dans-la-Porte Nombre de questions du questionnaire préparatoire				**Contrôle**
5 questions	**20 questions**	**30 questions**	**45 questions**	
38.1	34.8	73.7	73.9	30.7

Tableau 2.7
Taux d'acceptation de la requête finale selon l'importance de la requête préparatoire (en %)

À l'évidence, le coût de la requête préparatoire à son importance puisqu'une différence significative apparaît uniquement lorsque la requête préparatoire excède vingt questions. On n'observe toutefois pas de liaison linéaire entre acceptation de la requête finale et importance de la requête préparatoire. Il semble plutôt qu'il existe un palier à partir duquel le Pied-dans-la-Porte fonctionne. Cela est quelque peu en contradiction avec les

travaux de Dillard, Hunter et Burgoon (1984), lesquels ont montré un lien positif entre taux d'acceptation de la requête finale et coût de la requête préparatoire. Il est vrai que leur méta-analyse a intégré toutes les recherches auxquelles les auteurs attribuaient une évaluation subjective du coût de la requête (coûteuse/pas coûteuse) alors que chez Seligman *et al.* (1976), le coût est progressif. De plus, la corrélation obtenue par Dillard *et al.* (1984), bien que significative, est faible ($r = .25$). Il y a donc certaines incertitudes. En outre, contrairement à ce à quoi on pouvait s'attendre, la requête préparatoire la plus coûteuse n'a pas conduit à faire baisser l'aide ultérieure. Pourtant le sujet aurait dû avoir le sentiment d'avoir déjà donné assez. Au demeurant, il ne fallait que trois minutes pour répondre à ce questionnaire préparatoire, ce qui a peut-être été perçu comme une requête modérée et non comme une requête trop importante. Il manque donc une situation avec une requête préparatoire suffisamment difficile pour activer ce sentiment d'avoir déjà fait assez.

Une telle évaluation a été faite par Reingen et Kernam (1977), lesquels voulaient que des personnes répondent à une enquête sur les produits ménagers. Selon le cas, la requête préparatoire qui était faite consistait à demander à des ménagères de répondre à un questionnaire de cinq questions (requête peu coûteuse) ou de trente-cinq questions (requête coûteuse). Puis, sept à neuf jours plus tard, un autre enquêteur prétendant appartenir à un autre organisme demandait au sujet de répondre à un nouveau questionnaire sur les produits ménagers. Les résultats montreront que si l'effet du Pied-dans-la-Porte a bien été obtenu en condition de requête préparatoire peu coûteuse (75 % d'acceptation de la seconde requête), il n'est pas obtenu dans le cas de la requête préparatoire coûteuse (53 % d'acceptation de la seconde requête). Dans cette dernière condition, le taux d'acceptation n'a pas été différent de la condition contrôle (58 %). On le voit, le fait d'avoir déjà donné ne prédispose pas à aider ultérieurement. Le même effet s'observe également dans le cas du Pied-dans-la-Porte avec demande implicite (Joule et Beauvois, 2002). En effet, il semble que l'aide spontanée à autrui (sans demande explicite) peut aussi être affectée par le coût d'une requête préalable faite par la même personne ou une autre personne. Ainsi, Miller et Suls (1977), en condition de Pied-dans-la-Porte, demandaient la direction à un passant. Selon le cas, cette information était aisée à donner ou difficile car prenant du temps et réclamant des explications détaillées. Puis, après que le sujet ait donné la direction, il était remercié. Quelques mètres plus loin, il croisait un second compère qui faisait tomber « accidentellement » un sac de provisions par terre. Les résultats montreront que si 64 % des sujets ont apporté leur aide en condition de requête préparatoire facile, ils n'ont plus été que 12 % en condition de requête préparatoire difficile tandis qu'ils ont été 32 % en condition contrôle. On voit bien que le fait d'avoir trop donné quelque temps auparavant conduit à diminuer l'aide comme si la « pile à générosité » était vide. Il reste que, dans cette expérience, il manque une requête intermédiaire et une

requête à très faible coût pour réellement apprécier le lien entre coût de la requête préparatoire et acceptation de la requête ultérieure. Une recherche de Shanab et O'Neill (1982) comble partiellement ce vide. Ces chercheurs souhaitaient que des étudiants acceptent d'être assistants d'un chercheur dans une expérience sur l'apprentissage de l'animal pendant une heure. Auparavant, on leur avait demandé de participer à une tâche de familiarisation avec ce type de tâche qui durait 15 minutes (requête modérée) ou une minute (requête infime). On observera que, en condition contrôle, les sujets ont accepté la requête-cible dans 30 % des cas. En condition de Pied-dans-la-Porte avec requête modérée, ils ont été 70 % mais ils n'étaient plus que 25 % en condition de Pied-dans-la-Porte avec requête infime. Il semble qu'une requête préparatoire ridicule, au même titre qu'une requête préparatoire très coûteuse ne favorise pas l'acceptation d'une seconde requête.

On voit donc que le coût de la requête préparatoire a son importance sur l'acceptation d'une requête ultérieure. L'idéal semble être ici une requête préparatoire modérément coûteuse. On se gardera toutefois de généraliser à partir des recherches présentées ci-dessus car il y a des différences méthodologiques entre les expériences ce qui rend difficile les comparaisons du coût des requêtes. De plus, il est difficile d'établir des comparaisons entre les recherches. Ainsi, on peut penser que donner l'heure constitue une requête infime au sens de Shanab et O'Neill (1982) alors que Harris (1972) ou Guéguen et Fischer-Lokou (1999) ont montré que cela prédisposait à donner de l'argent à un inconnu dans la rue.

Le coût de la requête préparatoire a manifestement son importance dans l'efficacité de la technique du Pied-dans-la-Porte. Celle-ci ne doit pas être trop peu coûteuse et ne pas l'être trop. Goldman, Creason et McCall (1981) se sont demandé quels résultats on obtiendrait avec un coût graduel des requêtes. Aussi, ont-ils imaginé de tester une variante du paradigme qu'ils ont appelé le « Double Pied-dans-la-Porte » où, au lieu de la traditionnelle requête préparatoire, on trouvait… deux requêtes préparatoires.

■ *Deux requêtes préparatoires plutôt qu'une : le paradigme du Double Pied-dans-la-Porte*

Dans cette expérience publiée sur le Double Pied-dans-la-Porte, Goldman et ses collaborateurs avaient pour objectif que des personnes acceptent de répertorier, sur un papier prévu à cet effet, tous les disques qu'ils écouteraient durant les six semaines à venir puis d'expédier ce papier par retour d'une enveloppe timbrée mise à leur disposition. En condition de Pied-dans-la-Porte, les sujets étaient préparés par une question : on leur demandait de donner le nom des deux stations de radio qu'ils écoutaient le plus souvent. En condition de Double Pied-dans-la-Porte, cette première requête était adressée au sujet qui, après avoir répondu, était sollicité afin d'écouter la radio pendant une demi-heure et de répondre ensuite à certaines questions

sur le programme. Dès que l'accord était obtenu, on lui disait qu'il serait sollicité ultérieurement pour cela et on lui formulait alors la requête-cible. Les résultats montreront que si le simple Pied-dans-la-Porte est efficace pour obtenir le consentement du sujet, il l'est d'autant plus lorsqu'on utilise deux requêtes préparatoires. Ici, une augmentation graduelle du coût de la requête permet d'augmenter l'efficacité du Pied-dans-la-Porte puisque les niveaux d'acceptation de la requête finale sont supérieurs à une situation de Pied-dans-la-Porte simple. Une recherche plus récente de Dolinski (2000) confirmera également l'efficacité supérieure d'un Double Pied-dans-la-Porte pour une situation d'aide plus banale. Ici, l'objectif était que des personnes dans la rue surveillent un sac volumineux d'un compère qui prétendait avoir oublié quelque chose chez lui. En condition de simple Pied-dans-la-Porte, le sujet avait été sollicité pour donner une direction une minute auparavant tandis qu'en condition de Double Pied-dans-la-Porte, le sujet venait d'être sollicité pour donner une direction par un premier compère puis pour signer une pétition présentée par un second. On observera que 46 % des sujets ont surveillé le sac en condition de double Pied-dans-la-Porte, contre 36 % en condition de simple Pied-dans-la-Porte et, enfin, 18 % en condition contrôle où seule la dernière requête a été présentée. Sans parler de double taux de soumission, on observe, encore une fois, que deux requêtes préparatoires induisent un taux de soumission à la requête finale plus élevé qu'une seule requête.

Avec ces expériences, et notamment celle de Goldman, Creason et McCall (1981), il est donc difficile de tirer une loi sur l'influence du coût de la requête tant on a la preuve que la requête préparatoire est liée à la requête finale. Il semble plutôt que l'appréciation du coût doit être faite au cas par cas, pour chaque type de requête finale. Toutefois, il est évident que cette variable a son importance et qu'elle peut expliquer, encore une fois, les échecs à l'efficacité du Pied-dans-la-Porte.

1.4 Les explications théoriques à l'effet du Pied-dans-la-Porte

En présentant un large éventail de recherches ayant testé l'effet du Pied-dans-la-Porte dans de multiples circonstances, en faisant varier la nature des requêtes, leur coût, on a bien le sentiment que des facteurs affectent cette technique. De fait, la requête préparatoire et le lien qu'elle entretient avec la requête finale semblent avoir la capacité d'activer certains processus chez les sujets : processus qui, en retour, affecteraient le comportement du sujet. Tout naturellement des explications théoriques aux processus mis en œuvre dans le cas du Pied-dans-la-Porte ont été proposées et, pour certaines, testées de manière expérimentale. Nous présentons ci-après ces théories en essayant d'en cerner la pertinence empirique ainsi que leurs limites. Nous verrons, en

outre, que les mêmes recherches peuvent servir à valider plusieurs théories explicatives tant les principes sur lesquelles ces théories reposent partagent des caractéristiques communes.

1.4.1 La théorie de l'auto-perception

Historiquement, cette théorie est la principale et la plus évaluée des hypothèses explicatives à l'effet du Pied-dans-la-Porte. C'est elle qui a été initialement avancée par les découvreurs de la technique (Freedman et Fraser, 1966). Elle puise sa légitimité dans les travaux de Bem (1972). Pour Bem, l'individu infère ses attitudes de ses comportements. Aussi, appliquée au Pied-dans-la-Porte, la première requête, généralement acceptée par le sujet, le conduirait à inférer qu'il est le type de personne qui aide autrui, qui soutient des causes du type de celle contenue dans la requête. Aussi, lorsque le sujet se voit proposer la seconde requête, il se conforme à cette auto-perception initiale et donc consent plus favorablement à cette nouvelle sollicitation. De nombreux travaux, dont certains ont été présentés ci-dessus, ont apporté une validation à cette hypothèse notamment en montrant que lorsque le coût de la requête préparatoire augmente, le taux de soumission à la requête ultérieure s'accroît (Seligman, Bush et Kirsh, 1976). Or, pour que l'auto-perception se déclenche, il faut que ce coût soit suffisant pour que le sujet estime avoir agi parce qu'il est le type de personne susceptible d'aider autrui ou de se préoccuper pour telle ou telle cause. Si le coût est insignifiant, l'aide est considérée également comme insignifiante et ne suffit pas à déclencher cette auto-perception. Cela aussi a été confirmé par Shanab et O'Neill (1982), lesquels ont montré qu'une requête infime ne permet pas d'obtenir un effet positif du Pied-dans-la-Porte. Également, selon cette théorie, un haut niveau d'implication dans la requête préparatoire favoriserait cette auto-perception. Ici aussi, ce principe a été validé expérimentalement. Hansen et Robinson (1980) ont demandé à des sujets, lors de la requête préparatoire, de répondre à un petit questionnaire. Selon le cas, on leur disait qu'ils devaient simplement répondre par oui ou non (participation faible) ou répondre par oui ou par non et ensuite justifier (participation plus marquée). Si un effet de Pied-dans-la-Porte est observé dans les deux cas, on observera qu'avec une participation marquée, le taux de soumission est plus élevé. Cet effet de l'implication dans la première tâche a été mis en évidence à de multiples reprises (Dillard, 1990 ; Fish et Kaplan, 1974 ; Kamins, 1989 ; Pliner, Hart, Khol et Saari, 1974 ; Tybout, 1978 ; Wang, Brownstein et Katzev, 1989) et montre une « surefficacité » de la technique. Le fait de se soumettre comportementalement à la requête préparatoire, plutôt que la simple acceptation verbale, conduit également à accroître la soumission ultérieure à la requête finale (Burger et Petty, 1981 ; Dillard, 1990 ; Fish et Kaplan, 1974). Or, produire un comportement accroît la probabilité de faire une auto-perception car le sujet est confronté à son acte et à l'explication qu'il doit en donner. De

la même manière, l'auto-perception sera d'autant plus forte que le sujet est mis dans une situation où cette inférence sur son comportement se répète. Or, là encore, Goldman, Creason et McCall (1981) ont montré qu'un double Pied-dans-la-Porte (voir ci-dessus) s'avère plus efficace en termes de soumission qu'un simple Pied-dans-la-Porte. La nature de la requête finale a également son importance. On sait en effet que pour que le sujet perçoive qu'il se préoccupe pour les grandes causes, il faut que la requête vise une grande cause. Or, là encore, on sait que le caractère pro-social de la requête est un facteur favorisant l'efficacité de la technique du Pied-dans-la-Porte (Dillard et Hale, 1992 ; Dillard, Hunter et Burgoon, 1984).

Cette théorie de l'auto-perception a également été validée dans des situations où le Pied-dans-la-Porte ne fonctionnait pas. Ainsi, conformément à cette théorie, le fait de refuser la requête préparatoire devrait, logiquement, conduire le sujet à inférer qu'il n'est pas quelqu'un qui aide autrui, qu'il n'est pas sensible à la cause de la sollicitation… ce qui aurait pour conséquence de diminuer l'acceptation de la requête ultérieure. Or, à plusieurs reprises, la recherche a montré ce phénomène (Cann, Sherman et Elkes, 1975 ; Crano et Sivacek, 1982 ; Snyder et Cunningham, 1975). Une autre façon d'activer cette auto-perception serait d'utiliser une étiquette qualifiant le comportement du sujet à l'issue de l'acte préparatoire. Dans cette perspective, si l'étiquette fait état d'un trait de la personne arguant qu'elle est une personne qui aide ou qui n'aide pas, qui est généreuse ou ne l'est pas, cela devrait conduire à affecter plus ou moins la soumission à la requête finale. Cette technique a été utilisée par Goldman, Seever et Seever (1982). Ces auteurs avaient demandé à un premier compère d'aborder des étudiants s'apprêtant à rentrer dans une bibliothèque afin d'obtenir une direction quelconque. Dans un groupe, le compère remerciait chaleureusement le sujet (étiquette positive) tandis que, dans un autre, le compère se comportait de manière insultante en mettant en doute la serviabilité du sujet et sa capacité à donner correctement une direction (étiquette négative). Enfin, dans un troisième groupe, un simple merci était dispensé au sujet (Pied-dans-la-Porte classique). Le sujet qui entrait alors dans la bibliothèque était abordé quelques minutes plus tard par un second expérimentateur qui lui demandait s'il accepterait de consacrer deux heures de son temps au profit d'un téléthon qui survenait le mois suivant. Les résultats montrent qu'en condition d'étiquette positive, on observe un taux de soumission à cette seconde requête supérieur à celui observé en condition de simple Pied-dans-la-Porte (67 % contre 40 %) tandis que ces deux groupes se distinguent statistiquement du groupe à étiquette négative (20 %) ou du groupe contrôle n'ayant pas eu de première requête (17 %). Pour ces auteurs, de tels résultats valideraient la théorie de l'auto-perception. La première requête servirait à activer une perception de soi du sujet conduisant celui-ci à se percevoir comme quelqu'un de très serviable en condition de marquage positif ou de peu serviable en condition de marquage négatif. Une fois ce construct activé, le sujet se comporterait de

manière congruente avec ce dernier : le trait « serviable » conduirait logiquement le sujet à accéder à la requête tandis que le trait « non serviable » conduirait à ne pas l'accepter. Il est à noter que ces résultats ont été répliqués plusieurs fois. Gorassini et Olson (1995) montrent qu'en qualifiant une personne de « généreuse » à l'issue de la seconde requête, celle-ci accepte plus facilement la seconde requête que lorsqu'un simple merci est adressé. Les adjectifs « coopératif » et « serviable » aboutissent également aux mêmes effets (Kamins, 1985). Une autre façon de montrer cet effet de l'auto-perception est d'empêcher qu'elle se réalise. Ce fut la démarche utilisée par Zuckerman, Lazzaro et Waldgeir (1979), lesquels ont montré que lorsqu'un individu se voit récompensé pour la réalisation de l'acte préparatoire (une petite rétribution financière pour avoir répondu à un questionnaire), cela conduit à diminuer l'effet du Pied-dans-la-Porte comparativement à une situation contrôle. Dans le même temps, si cette récompense est absente, l'effet classique du Pied-dans-la-Porte se produit. Or, pour qu'il y ait cette auto-perception, il faut que le sujet puisse rattacher son acte à lui-même et non à une cause incitative externe comme l'argent. Une autre façon originale de tester cette théorie est celle empruntée par Eisenberg, Cialdini, McCreath et Shell (1987). Ces chercheurs ont étudié le Pied-dans-la-Porte avec une approche développementale. Ils sont partis de nombreuses recherches confirmant que la consistance comportementale avec les traits qui les décrivent survient à l'âge de sept ans (Grusec, Kuczinski, Rushton et Simutis, 1978). Il serait donc possible que, avant sept ans, l'enfant ne soit pas en mesure de percevoir son comportement actuel comme étant prédictif de son comportement futur : des recherches ayant montré que c'est justement à l'âge de 7/8 ans que l'enfant est en mesure de faire cette prédiction (Rholes et Ruble, 1984). Les chercheurs s'attendaient donc à ce que l'effet du Pied-dans-la-Porte ne puisse être mis en évidence avant cet âge de sept ans. Ils ont donc mis sur pied une expérience utilisant un jeu où un enfant était susceptible d'aider un autre enfant malade en lui remettant des coupons qu'il gagnait et qui permettaient à cet enfant malade d'avoir un jouet. Une condition de Pied-dans-la-Porte était introduite où on faisait en sorte que l'enfant donne initialement un petit quelque chose à l'enfant malade. Selon le cas, les enfants étudiés étaient âgés de 5-6 ans, 7-8 ans ou 10-11 ans. Les résultats montreront que la technique du Pied-dans-la-Porte a été efficace auprès des groupes d'enfants de 7-8 ans et 10-11 ans. Dans le groupe d'âge des 5-6 ans, aucune différence avec la condition contrôle n'a été observée. Il semble que tant que l'enfant n'est pas en mesure d'attribuer son comportement à un trait de personnalité qui le caractérise, il n'est pas sensible à l'effet de la requête préparatoire et donc à l'effet du Pied-dans-la-Porte.

Le Pied-dans-la-Porte avec demande implicite peut également servir à valider cette théorie de l'auto-perception. On se rappellera de l'expérience de Uranowitz (1975) qui a montré que le fait d'avoir aidé quelqu'un préalablement (un compère qui demandait qu'on surveille ses affaires parce qu'il avait

oublié quelque chose dans un magasin) conduisait plus favorablement le sujet à aider spontanément quelqu'un d'autre (un autre compère laissant tomber quelque chose par terre en faisant semblant de ne pas le remarquer). Toutefois, cet effet était fondé sur la justification de l'aide dans le cas de la requête préparatoire. Lorsque le compère disait qu'il avait perdu son portefeuille avec une grosse somme d'argent, cela n'a pas conduit plus favorablement le sujet à aider le second compère alors que le Pied-dans-la-Porte a fonctionné lorsque la justification était que le premier compère avait perdu un simple billet d'un dollar. Une telle différence est explicable par la théorie de l'auto-perception, lorsque la justification est forte le sujet n'a pas d'autre choix que d'aider le compère (on ne refuse pas un coup de main à quelqu'un à qui une telle « tuile » arrive) alors que lorsque la justification est ridicule, le sujet peut avoir le sentiment qu'il accepte parce qu'il est le type de personne à apporter son aide, même pour des choses infimes. De fait, en étant en situation de quasi-obligation d'accepter la requête, le sujet n'a pas pu se percevoir comme une personne dotée d'une motivation intrinsèque, personnelle à aider autrui. Les circonstances étaient telles qu'il ne pouvait pas faire autrement. Or, la circonstance est une cause externe et non interne. Elle ne peut donc déclencher une inférence sur soi.

Bien entendu, l'ensemble de ces recherches pourrait laisser à penser que c'est bien la théorie de l'auto-perception qui explique l'effet du Pied-dans-la-Porte. Il reste que des variables compatibles avec cette théorie ont conduit à une inefficacité de la méthode. Ainsi, Dejong (1981) a montré que lorsqu'un sujet signait une pétition en faveur des handicapés dans le cadre de l'acte préparatoire et qu'on lui faisait croire que son acceptation était inattendue (beaucoup de personnes refusaient), cela conduisait à une baisse de l'émission d'un comportement d'aide ultérieur envers une personne handicapée comparativement à une situation contrôle. Dans le même temps, si on disait au sujet que presque tout le monde avait signé la pétition, on observait alors que le Pied-dans-la-Porte s'avérerait efficace. Pourtant, conformément à la théorie de l'auto-perception, le fait de croire que le sujet était le seul à signer la pétition aurait dû activer cette perception qu'il était quelqu'un se préoccupant pour autrui, ce qui, en retour, aurait pu conduire à plus d'aide ultérieure. Il en va de même du temps. On peut penser qu'avec le temps séparant la première de la seconde requête, il y aurait oubli de la perception initialement activée. Or, force est de constater que le Pied-dans-la-Porte fonctionne si plusieurs jours, voire même plusieurs semaines, séparent les deux requêtes. On a vu précédemment que cette absence d'effet du temps entre les deux requêtes dans le cas du Pied-dans-la-Porte a été mise en évidence dans de nombreuses expériences. Une des expériences que nous avons présentées ci-dessus sur l'effet d'un Pied-dans-la-Porte dans le cas d'une exploration d'un site humanitaire (voir Pied-dans-la-Porte électronique) ne va pas, également, dans le sens d'une théorie de l'auto-perception. Même si une telle perception était activée en condition de Pied-dans-la-

Porte, nous pensons également que celle-ci a pu l'être en condition contrôle. En effet, le sujet recevait un e-mail l'invitant, s'il se sentait préoccupé par le sort des enfants victimes des mines, à venir sur le site. En fait, cette situation contrôle constitue presque, à elle seule, une condition de Pied-dans-la-Porte. Or, si l'auto-perception était activée par cet acte préparatoire que peut constituer le clic initial, on explique mal, du coup, les différences entre les deux groupes. À partir du moment où l'auto-perception selon laquelle le sujet se perçoit comme quelqu'un de préoccupé par la cause invoquée dans le site est activée, on imagine mal pourquoi des différences ont été obtenues dans nos deux conditions.

1.4.2 La théorie de l'engagement

La théorie de l'engagement (Kiesler, 1971) que nous étudierons plus profondément ci-après a été avancée pour expliquer l'effet du Pied-dans-la-Porte (Joule, 1987 ; Joule et Beauvois, 1998, 2002). Dans cette perspective, plus le sujet est engagé dans ses actes, plus la probabilité de produire des actes ultérieurs en lien avec cet engagement initial est élevée. Or, si l'on regarde les multiples travaux sur le Pied-dans-la-Porte, on peut voir que cette théorie rend compte de nombreux effets de variables expérimentales manipulées. Toutefois, souvent, il faut emprunter les mêmes recherches que celles utilisées pour valider la théorie de l'auto-perception. Ainsi Zuckerman, Lazzaro et Waldgeir (1979) ont montré que lorsqu'un individu se voit récompensé pour la réalisation de l'acte préparatoire (une petite rétribution financière pour avoir répondu à un questionnaire), cela conduit à diminuer l'effet du Pied-dans-la-Porte comparativement à une situation contrôle. Dans le même temps, si cette récompense est absente, l'effet classique du Pied-dans-la-Porte se produit. Or, pour qu'il y ait engagement, il faut que le sujet perçoive le lien qu'il y a entre lui et son acte. Cela ne serait pas possible dans le cas de la rétribution puisque le lien résiderait dans la récompense.

Pour que le sujet se sente engagé dans son acte, il faut que la requête préparatoire soit suffisamment impliquante. Or, là encore, on a vu qu'une requête infime ne permet pas d'obtenir l'effet classique du Pied-dans-la-Porte. On sait également que le degré d'engagement de l'individu sera d'autant plus grand que le nombre de comportements produits est important (Kiesler et Sakumura, 1966). Or un tel principe est totalement compatible avec l'effet additionnel sur la soumission du « Double Pied-dans-la-Porte » de Goldman, Creason et McCall (1981). De la même manière, Joule (2001), reprenant partiellement la méthodologie de l'étiquetage employée par Goldman, Seever et Seever (1982) afin d'activer une auto-perception, a montré que si, à l'issue de la première requête, le sujet est étiqueté de manière à ce qu'il se perçoive comme responsable à part entière de son acte, cela conduit à plus d'aide ultérieure que si l'étiquetage ne fait pas état de cette responsabilité. Enfin, on sait que l'engagement est d'autant plus fort

que la liberté d'accomplir l'acte est laissée au sujet (Joule et Beauvois, 1998, 2002). On sait d'ailleurs, comme nous le verrons dans le prochain chapitre, que la simple évocation de la liberté prédispose à la soumission (Guéguen et Pascual, 2000 ; Pascual et Guéguen, 2002). Or, Uranowitz (1975) a montré que si le sujet est dans l'impossibilité de refuser l'acte préparatoire (surveiller les affaires de quelqu'un qui pense avoir perdu ses papiers et une grosse somme d'argent), cela a pour conséquence de réduire son aide ultérieure comparativement à une situation contrôle ou à une situation où le sujet a le choix de refuser ou pas. La liberté d'agir est un facteur prédisposant à l'engagement. Nos deux expériences menées sur le Pied-dans-la-Porte électronique valident cette théorie puisque les sujets recevaient un e-mail d'une personne inconnue qui les invitait à répondre à un questionnaire ou à visiter un site. De fait, dans de telles conditions, les sujets ne subissaient pas autant de pression que dans un face-à-face ou lors d'une communication par téléphone qui nécessitent des efforts pour signifier le refus de la requête. Pourtant le Pied-dans-la-Porte s'est avéré efficace dans le cas de cette communication par ordinateur. Il est donc vraisemblable que cette liberté de répondre, de naviguer sur le site a engagé plus fortement les sujets et, du coup, les a conduits à accepter plus favorablement les requêtes.

On le voit, les mêmes recherches peuvent valider l'une et l'autre théorie. Il est donc difficile, ici, d'y voir clair. Le plus simple serait d'étudier si la théorie de l'engagement reste valide lorsque la théorie de l'auto-perception a échoué. De fait, la recherche de Dejong (1981) qui n'a pas conduit à produire d'effet du Pied-dans-la-Porte est compatible avec la théorie de l'engagement. Cette théorie ne nécessite pas que le sujet se perçoive comme étant le seul à avoir accompli la requête préparatoire. De plus, le temps qui passe est incompatible avec un effet de persistance de l'auto-perception mais on sait qu'un engagement a un effet à plus long terme, ce qui expliquerait l'effet du Pied-dans-la-Porte malgré un temps long séparant les deux requêtes.

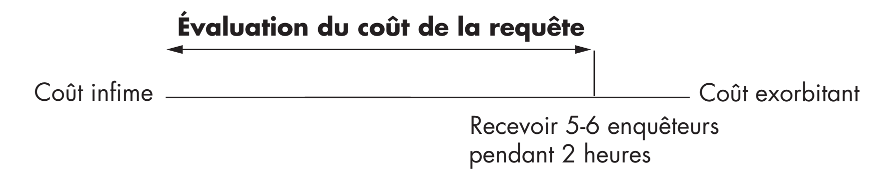
Évidemment, en prenant les choses sous cet angle, on est tenté de dire que c'est l'engagement qui explique l'effet du Pied-dans-la-Porte. Mais, là aussi, il y a des limites. Par exemple, pour reprendre Dejong (1981), on ne voit pas pourquoi le Pied-dans-la-Porte ne fonctionne pas lorsque le sujet croit qu'il est seul à avoir accepté la requête préparatoire que lorsqu'il croit que de nombreuses autres personnes l'acceptent. On sait aussi que l'acte préparatoire est d'autant plus engageant qu'il est exécuté. Or, si des recherches ont montré que cela augmentait l'effet du Pied-dans-la-Porte (Freedman et Fraser, 1966), d'autres n'ont pas montré de différences (Dillard, 1990). Il est donc difficile, là aussi, de trancher de manière définitive.

En dehors de ces deux principales théories explicatives au Pied-dans-la-Porte qui ont recueilli le plus de validations empiriques, on trouve également d'autres approches qui, pour certaines, n'ont pas reçu encore de validations expérimentales. Pour autant, elles n'en demeurent pas moins intéressantes.

1.4.3 La théorie du contraste

Une chose ne peut se juger indépendamment d'une autre, ce qui conduit à des différences d'appréciation. Ainsi, si vous mettez votre main dans de l'eau froide après l'avoir laissée dans de l'eau chaude, l'eau froide vous paraîtra plus froide que si vous n'aviez pas au préalable trempé votre main dans le premier bain. Pour l'appréciation de nombreux stimuli, il en va de même. On sait que si vous regardez un film où de splendides femmes sont réunies, vous aurez tendance, immédiatement après, à juger des femmes que vous connaissez comme étant moins belles que si votre jugement était à faire après avoir été exposé à une séquence avec des actrices au physique plus ordinaire (Kenrick et Gutierres, 1980). Pour le jugement de la température de l'eau comme pour le jugement de la beauté, chaque stimulus ne se juge pas indépendamment de celui qui le précède.

Pour expliquer l'effet du Pied-dans-la-Porte, Shanab et O'Neill (1982) ont donc eu recours à la théorie du contraste. La première requête, même si elle est peu coûteuse (répondre à trois/quatre questions, donner l'heure, mettre un autocollant sur sa voiture, etc.), conduirait à faire percevoir la seconde requête comme étant moins coûteuse. Du coup, cela favoriserait l'acceptation de cette dernière. Cette théorie du contraste peut être modélisée comme présentée dans la figure 2.1 ci-dessous.



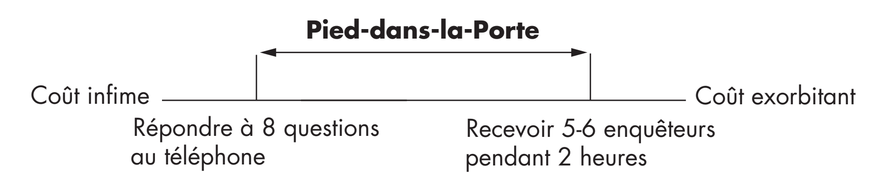


Figure 2.1
Modèle du contraste dans le paradigme du Pied-dans-la-Porte

Ici, le coût de la requête est modélisé par le segment fléché : plus celui-ci est étendu, plus la requête finale est jugée comme coûteuse par le sujet. Certaines recherches ont bien montré que le coût de la première requête accroît l'aide, ce qui va dans le sens de cette théorie puisqu'il y a diminution de la différence de coût avec la seconde requête (Seligman *et al.*, 1976). Toutefois, certaines limites à cette théorie sont également clairement

démontrées dans des expériences. Ainsi, l'efficacité du Pied-dans-la-Porte après plusieurs semaines contredit cette théorie. Logiquement, le temps devrait conduire à diminuer l'ancrage de la première requête et ainsi réduire son pouvoir de contraste. Or, on a pu voir que ce n'est pas le cas. Le fait de ne pas exécuter la recherche n'est pas non plus un facteur empêchant cette appréciation du coût de la requête préparatoire par rapport à la requête finale. Or, Freedman et Fraser (1966) ont bien montré que cela diminuait le taux d'acceptation. On ne comprend pas bien non plus pourquoi le Pied-dans-la-Porte ne fonctionne plus lorsque la requête préparatoire est d'un coût élevé (Schwarzwald, Raz et Zvibel, 1979) puisque, justement, cela devrait encore plus diminuer le contraste entre les deux requêtes. On voit donc que cette explication en termes de contrastes est mise à mal par l'examen de la littérature.

1.4.4 La théorie de l'apprentissage social et du renforcement

Un acte qui a été renforcé tend à être répété. Ainsi, en éprouvant de la satisfaction à se montrer serviable à l'égard d'autrui lors de la première requête, le sujet aura tendance à rester serviable ultérieurement. Les changements auto-perceptifs seraient en fait médiatisés par les renforcements sociaux. Crano et Sivacek (1982) ont montré que les remerciements adressés aux sujets lorsqu'ils acceptaient la première requête, les conduisaient à se montrer plus favorables à l'acceptation de la seconde requête comparativement à une situation où la première requête était considérée comme inutile et non renforcée. Stimpson et Waranusuntikule (1987) montreront les mêmes effets mais uniquement lorsque le même expérimentateur formule les deux requêtes.

Bien que cette théorie soit intéressante, les expériences présentées ci-dessus ne sont pas comparables à celles classiquement utilisées dans le cadre du Pied-dans-la-Porte. En fait, un effet additionnel est obtenu lorsque l'on renforce le sujet en le remerciant chaleureusement, pourtant cela n'enlève rien à l'efficacité du Pied-dans-la-Porte lorsqu'il n'y a pas autant de renforcement réalisé. Il est possible, tout bonnement, que le respect d'une norme de politesse conduise un certain nombre de sujets à accepter la requête. Or, dans ces recherches, comme aucun questionnaire n'a été réalisé auprès des sujets, il est difficile d'avoir une idée sur leurs motivations à agir.

1.4.5 La théorie de la promotion de soi

Selon Rind et Benjamin (1994), les gens cherchent à donner la meilleure image d'eux-mêmes pour obtenir les bonnes grâces d'autrui, être appréciés, etc. De fait, le sujet, dans ses interactions sociales, est très orienté vers cette quête visant à faire la meilleure impression à autrui. Aussi, pour ces auteurs, il serait possible que, dans le cas du Pied-dans-la-Porte, le sujet accède à la

seconde requête pour donner une image de lui qui reste positive et conforme à celle qu'autrui aurait pu se faire en voyant qu'il acceptait cette seconde requête. De fait, selon ces auteurs, une situation où le sujet est conduit à donner une image de lui qui soit encore plus flatteuse devrait renforcer l'efficacité de la technique du Pied-dans-la-Porte. Ils ont donc mené une recherche auprès d'hommes jeunes (de 20 à 30 ans) pris au hasard assis dans une aire de repas d'une galerie marchande et, selon le cas, accompagnés ou pas d'une femme sensiblement du même âge.

Un compère (un adolescent d'environ 16 ans) s'approchait du sujet et, s'il était accompagné, s'adressait uniquement à celui-ci. En condition de Pied-dans-la-Porte, il disait au sujet qu'il faisait une petite enquête pour ses cours sur les programmes scolaires et lui demandait s'il accepterait de répondre à quatre petites questions. Si le sujet acceptait, le questionnaire lui était soumis. Après cela, il remerciait le sujet. Il rajoutait alors qu'il vendait des billets de tombola pour un voyage pour deux aux Bahamas d'une valeur de 1 000 dollars. Le compère ajoutait que les profits de la tombola revenaient à une association humanitaire connue dont il donnait le nom. Il demandait ensuite au sujet s'il souhaitait acheter des tickets. En condition contrôle, bien évidemment, seule la requête concernant les billets de tombola pour cette merveilleuse destination de vacances que sont les Bahamas était formulée. Les résultats qui furent obtenus sont présentés dans le tableau 2.8 ci-dessous. Ici encore, c'est le comportement effectif des sujets qui a été mesuré puisque la mesure portait sur le nombre de billets achetés.

	Stratégie expérimentale	
	Contrôle	**Pied-dans-la-Porte**
Situation sociale		
Seul	1.06	1.56
Couple	2.00	2.81

Tableau 2.8
Moyenne du nombre de tickets achetés

Manifestement, le Pied-dans-la-Porte a conduit les sujets à acheter plus de billets. Comme on le voit également, la présence de la compagne incite à acheter plus de billets. Toutefois, contrairement à la théorie de la promotion de soi, le sujet en couple n'a pas plus acheté de billets en condition de Pied-dans-la-Porte.

La recherche de Rind et Benjamin (1994) a infirmé de manière empirique l'hypothèse de la promotion de soi. De la même manière, cette hypothèse a été infirmée par la recherche menée par Bournonville (2000), laquelle a

montré que les sujets accédaient, dans les mêmes proportions, à la requête d'un demandeur utilisant un Pied-dans-la-Porte et dont le statut social variait. Logiquement, un accroissement de la pression à donner une bonne image de soi aurait dû être obtenu en condition de haut statut. Il semble donc que cette théorie ne constitue pas une bonne explication à l'effet du Pied-dans-la-Porte notamment si l'on considère que la recherche de Rind et Benjamin (1994) portait sur une image de soi publique (il y avait un tiers – la compagne du sujet – qui assistait à la scène) alors que la recherche de Bournonville (2000) portait sur une image de soi privée. Pour autant, aucun effet additionnel du Pied-dans-la-Porte n'est observé dans les deux cas. Donner une bonne image de soi implique également que l'on soit face à quelqu'un ou tout au moins en situation synchrone comme c'est le cas en communication téléphonique. Or, on voit mal pourquoi le Pied-dans-la-Porte fonctionne dans une situation où le seul interlocuteur du sujet est un site web. Pourtant, la recherche que nous avons présentée sur le Pied-dans-la-Porte électronique dans le cas de la visite d'un site web au profit d'une organisation humanitaire, était une situation de total anonymat, ce qui exclue, *a priori*, tout intérêt de promotion de son image à l'égard d'autrui.

Les explications théoriques que l'on trouve dans la littérature pour expliquer l'effet du Pied-dans-la-Porte et que nous venons de présenter ci-dessus constituent les principales théories avancées aujourd'hui dans la littérature pour expliquer l'effet du Pied-dans-la-Porte. Toutefois, d'autres théories explicatives à cet effet ont également été avancées. On mentionnera, à ce propos, la norme de responsabilité avancée par Harris (1972). Accéder à la première requête conduirait le sujet à devenir conscient d'une norme de responsabilité consistant à aider ceux qui sont dans le besoin ou qui agissent pour de bonnes causes. La prégnance de cette norme conduirait par la suite le sujet à accéder à la seconde requête. Là encore, on manque de validations empiriques pour tester cette théorie et on explique mal pourquoi le Pied-dans-la-Porte fonctionne après un délai élevé entre la requête préparatoire et la requête finale : l'activation de la norme ne pouvant perdurer pendant plusieurs jours voir plusieurs semaines. La théorie de la consistance comportementale a également été invoquée pour expliquer l'effet du Pied-dans-la-Porte. Celle-ci est fondée sur une idée simple selon laquelle le sujet se conforme à la seconde requête afin de rester consistant avec la première (Miller et Suls, 1977). Toutefois, ici aussi, il n'y a pas de validation expérimentale sinon des validations très anecdotiques de cette théorie.

■ *Mais qu'est-ce qui explique l'effet du Pied-dans-la-Porte ?*

Les théories présentées ci-dessus sont celles qui, aujourd'hui, sont le plus souvent avancées pour expliquer l'effet du Pied-dans-la-Porte. Leur nombre pourrait laisser à penser que, en fait, on ne sait pas pourquoi le Pied-dans-la-Porte fonctionne. Ce n'est pas le cas puisque l'on a pu voir que certains principes, notamment ceux de l'auto-perception et de l'engagement, reçoivent

beaucoup de validations empiriques mêmes si certains échecs existent. Les autres réclament plus de preuves expérimentales pour être retenues et certaines comme la promotion de soi ont été infirmées. En fait, il est possible que plusieurs processus soient activés par la technique du Pied-dans-la-Porte et que chaque processus soit sous la dépendance de facteurs qui sont de nature méthodologique (coût, délai, etc.) ou qui portent sur la nature même de la requête (pro-sociale, privée, etc.). Burger (1999), dans la plus récente méta-analyse sur le Pied-dans-la-Porte, a tenté de valider différents processus explicatifs à cet effet en réunissant les recherches qui avaient pour objectif de tester l'une ou l'autre de ces théories ou un mécanisme en lien avec ces théories. Il observera, notamment avec l'étude des déterminants de l'auto-perception et de l'engagement, que cela conduit bien à augmenter la soumission. De manière moins générale, il observera que certains principes inhérents à d'autres facteurs explicatifs à l'effet du Pied-dans-la-Porte peuvent être invoqués pour certaines situations expérimentales comme le besoin de consistance. Aussi, pour cette raison, cet auteur prône une explication en termes d'effets combinés de ces facteurs et pour l'activation de processus différents pouvant mettre en évidence une même efficacité de la technique : cette activation se réalisant en fonction des variables indépendantes manipulées, du contexte de sollicitation ou du type de requête.

2 LA PORTE-DANS-LE-NEZ : QUI NE PEUT LE PLUS, PEUT LE MOINS

Autre technique de soumission sans pression qui a été très étudiée : la Porte-dans-le-Nez. Celle-ci est doublement intéressante d'une part, en raison de sa nature et d'autre part parce qu'elle se distingue d'autres techniques qui visent à faire accomplir ou accepter quelque chose dans un premier temps. Or la technique de la Porte-dans-le-Nez est fondée sur un refus initial. Pourtant, ce refus va, comme on va le voir, prédisposer le sujet à accepter plus favorablement ce qu'on lui demandera par la suite.

2.1 L'expérience initiale et ses prolongements

On doit la première expérience et l'emploi de ce terme « Porte-dans-le-Nez » à un ensemble de chercheurs en psychologie sociale (Cialdini, Vincent, Lewis, Catalan, Wheeler et Lee Darby, 1975) dont le projet expérimental est né de l'observation des vendeurs en situation de marchandage. Ainsi, Cialdini (1990) a bien rappelé que de nombreuses pratiques commerciales consistent à partir d'un prix élevé pour ensuite atteindre un niveau de base

auquel il serait difficile de vendre le bien ou le service si on partait immédiatement en négociation avec ce prix de base. Ainsi, si vous voulez vendre le vieux meuble d'époque de votre grand-mère dont vous souhaitez qu'il vous rapporte 1 000 euros, ne commencez pas à 1 000 euros car de toute façon, celui qui vient pour le voir négociera pour obtenir un rabais. Partez plutôt de 1 200 euros et vous aurez certainement plus de chances de le voir partir au prix initialement souhaité. Vous comprenez intuitivement que c'est là la base même du marchandage, mais on peut se demander si cette technique qui consiste à partir de haut conduit réellement à augmenter la probabilité d'acceptation de requêtes ordinaires. Pour tester cela, Cialdini et ses collaborateurs ont mis au point le dispositif expérimental suivant. L'objectif, pour le moins inhabituel, était d'obtenir d'étudiants pris au hasard sur un campus qu'ils accompagnent de jeunes délinquants incarcérés dans un centre pénitentiaire local pour une visite de deux heures au zoo de la ville. Pour ce faire, l'expérimentateur abordait le sujet en se présentant et en prétendant travailler pour un programme d'aide en faveur de jeunes détenus. Il disait ensuite qu'il recherchait des volontaires pour une action. En condition de Porte-dans-le-Nez, l'expérimentateur formulait une requête exorbitante consistant à demander au sujet s'il accepterait d'être volontaire, bénévolement, comme conseiller dans un centre de détention pour jeunes. Son travail consisterait à donner deux heures de son temps, chaque semaine, pendant un minimum de deux ans. Bien entendu, on se doute qu'une telle requête n'a obtenu qu'un très faible assentiment puisque 98.5 % des personnes ont refusé. Après ce refus, l'expérimentateur, qui prenait quelques instants une mine contrite, disait alors au sujet qu'il comprenait. Puis après une ou deux secondes de réflexion simulée, il disait au sujet qu'il avait quelque chose d'autre à lui proposer de moins contraignant. Il formulait alors la requête réellement recherchée : l'accompagnement de délinquants au zoo. En condition contrôle, seule cette dernière requête était formulée après que le compère se soit présenté de la même manière que précédemment. Enfin, notons qu'une troisième condition a été introduite dans laquelle le sujet se voyait proposer au choix l'une des deux requêtes.

Comme on le voit, on est bien loin d'une situation de marchandage commercial et le sujet sollicité n'a rien demandé. Pourtant comme le montre le tableau 2.9 ci-dessous, la technique de la Porte-dans-le-Nez s'avère particulièrement redoutable.

Porte-dans-le-Nez	Contrôle	Choix
50.0	25.0	16.7

Tableau 2.9

Choix de la requête-cible (en %)

Comme on peut le voir, la proportion de gens ayant accepté la seconde requête est deux fois plus élevée qu'en condition contrôle. On notera que pour la condition de choix, le taux est objectivement moins élevé qu'en condition contrôle mais n'est pas statistiquement différent de cette condition. En outre, dans ce groupe, aucun sujet n'a spontanément choisi la première requête. Ce n'est donc pas en évaluant le coût de l'une par rapport à l'autre que la Porte-dans-le-Nez fonctionne mais bien parce qu'il y a une succession qui est faite. On verra que ce concept de succession aura son importance lorsqu'il s'agira d'expliquer, d'un point de vue théorique, l'effet de la Porte-dans-le-Nez.

2.2 La Porte-dans-le-Nez : un phénomène stable ? Analyse des réplications et des champs d'utilisation

Comme pour le Pied-dans-la-Porte, on se doute que la publication de l'article de Cialdini *et al.* (1975) présentant cette nouvelle technique de soumission librement consentie qu'était la Porte-dans-le-Nez n'a pas été sans susciter d'intérêt de la part des chercheurs en psychologie sociale. Ceux-ci, tout naturellement, ont cherché à aller plus loin à la fois dans la recherche de l'explication du phénomène psychologique sous-jacent à l'influence d'une telle technique mais également dans l'évaluation de son champ d'influence des comportements.

2.2.1 Importance de l'effet

Comme pour le Pied-dans-la-Porte, une évaluation généralisée des recherches dans le cadre de la technique de la méta-analyse a été faite à quatre reprises (Dillard, Hunter et Burgoon, 1984 ; Fern, Monroe et Avila, 1986 ; O'Keefe, 2001 ; O'Keefe et Hale, 1998). Les résultats de ces méta-analyses sont consistants. Dans les trois cas, on observe un phi moyen de 0.09. On peut donc dire que, en moyenne, les recherches sur la Porte-dans-le-Nez montrent que cette technique, par rapport à la condition contrôle, conduit à augmenter de 9 % le nombre de sujets qui accèdent à la requête. Bien entendu, ce chiffre est loin de correspondre à ceux observés dans la première expérience de Cialdini *et al.* (1975) présentée ci-dessus. Cela provient de ce que la Porte-dans-le-Nez n'est pas toujours efficace (nous le verrons ci-dessous) et il existe une forte variabilité de son efficacité puisque l'écart type de cette importance est en effet de 8 %. Dans l'ensemble, néanmoins, les preuves sont établies qu'il s'agit d'une technique qui permet d'obtenir un réel gain dans l'obtention d'une requête. Nous allons voir que certaines requêtes se prêtent plus ou moins à l'usage de cette technique.

2.2.2 Champs d'application

Plus encore que le Pied-dans-la-Porte, la Porte-dans-le-Nez s'est surtout focalisée sur l'obtention de comportements pro-sociaux chez les personnes. Ajoutez à cela que le nombre de publications est peu important et vous en déduisez qu'il est difficile de dire si la Porte-dans-le-Nez est efficace partout ou si elle se limite à certains types de requêtes. Toutefois, des recherches existent qui permettent d'entrevoir les différents contextes et conditions dans lesquels on peut l'utiliser avec profit.

Avec les travaux de Cialdini *et al.* (1975), nous avons vu que la Porte-dans-le-Nez favorisait le volontariat pour une cause en faveur de la réinsertion des jeunes délinquants. Il s'agit d'une cause noble mais ce n'est pas le seul type de cause noble qui soit affecté par la Porte-dans-le-Nez. Patch, Hoang et Stahelski (1997) ont montré que l'implication dans l'écologie est également favorisée par cette technique. Un expérimentateur abordait un sujet et se présentait comme membre d'une association en faveur de la protection de l'environnement. Il rajoutait qu'il recherchait des personnes qui accepteraient de distribuer cent prospectus à leur famille, amis, collègues, etc. : prospectus qui fournissaient des informations sur le recyclage et l'élimination de produits ménagers toxiques. L'expérimentateur demandait alors au sujet s'il accepterait. Après son refus, il lui demandait alors s'il accepterait de distribuer dix prospectus. En condition contrôle, seule cette dernière requête était faite. Ici encore, un effet positif de la Porte-dans-le-Nez sera observé : 63 % des sujets ont accepté la requête finale en condition de Porte-dans-le-Nez contre 30 % en condition contrôle. La Porte-dans-le-Nez s'avère également efficace pour augmenter le montant moyen des dons à une association de lutte contre le cancer (Wang, Brownstein et Katzev, 1989). Il suffit pour cela de demander initialement une somme élevée pour un projet puis, après le refus, de demander une petite contribution pour un autre projet. De la même manière, Cantrill (1991) observera que des étudiants seront plus nombreux à accepter de faire une course pour une personne âgée avec l'emploi d'une Porte-dans-le-Nez où, cette fois, la requête consistait à demander au sujet de consacrer six heures de son temps à une personne âgée : 68 % accepteront la requête finale (consacrer une heure de son temps à une personne âgée à domicile) en condition de Porte-dans-le-Nez contre 30.0 % en condition contrôle. Lorsque la requête finale est plus coûteuse, la Porte-dans-le-Nez s'avère aussi efficace. Millar (2001, 2002) a montré que cette technique permettait d'accroître le nombre de sujets acceptant de noter scrupuleusement, pendant quatre jours, les repas qu'ils prenaient pour le compte d'une organisation de santé. En condition expérimentale, il suffisait de demander au sujet de faire la même chose pendant un mois. Les résultats montreront que 58 % ont accepté la requête en condition contrôle contre 84 % en condition de Porte-dans-le-Nez. De plus on observera que, au final, 14 % ont fait ce qui leur était demandé en condition

contrôle contre 40 % en condition de Porte-dans-le-Nez. Dans les deux cas, la technique de la Porte-dans-le-Nez s'est donc avérée efficace pour augmenter la soumission des sujets.

La Porte-dans-le-Nez apparaît comme une technique efficace pour que des sujets acceptent plus favorablement des requêtes destinées à aider la collectivité. Avec la recherche de Cantrill (1991), on vient de voir que cela conduit aussi à apporter son aide à une personne. Toutefois, ici, la requête d'aide était explicite. Or, comme dans le cas du Pied-dans-la-Porte, il semble que l'aide spontanée à autrui – aide accordée sans qu'aucune demande ne soit faite – soit affectée par la Porte-dans-le-Nez. Foehl et Goldman (1983) abordaient des personnes dans la rue et se présentaient en tant que représentants d'une organisation locale de collecte de sang. Ils demandaient ensuite au sujet s'il accepterait de donner son sang une fois par mois pendant quatre ans. Après le refus (100 % de refus), le compère faisait tomber « accidentellement » des brochures par terre à côté du sujet. On observera que le compère a été spontanément aidé par les sujets dans 75 % des cas alors que seuls 10 % d'entre eux ont spontanément apporté leur aide en condition contrôle. Dans une autre condition dite de contact, le compère disait « bonjour » en souriant au sujet. Dans ce cas, 30 % aideront le compère à ramasser ses brochures. On voit donc que la Porte-dans-le-Nez conduit à obtenir un taux d'aide supérieur et ce n'est donc pas le contact, à lui seul, qui explique le comportement d'aide mais bien le refus de la requête initiale du compère.

En dehors de ces implications comportementales du sujet, la Porte-dans-le-Nez permet également d'accroître le nombre de donneurs d'une association socialement utile. Reingen (1977) a ainsi montré que des sujets donnent plus à une association de lutte contre les maladies cardio-vasculaires après qu'on leur a demandé, initialement, de donner 3 dollars par mois pendant un an. Après le refus de la requête initiale, on demandait au sujet s'il accepterait de faire un petit geste. Les résultats montreront que 44 % des sujets ont donné en condition de Porte-dans-le-Nez contre 19 % en condition contrôle. Une recherche ultérieure de ce même auteur (Reingen, 1978*a*), sensiblement du même type, confirmera ces premiers résultats et montrera, en outre, que les dons consentis ont été plus élevés en condition de Porte-dans-le-Nez. Il semble donc que la Porte-dans-le-Nez favorise encore plus l'implication du sujet dans la requête qu'il a, pourtant, plus favorablement acceptée. Une recherche de Cialdini et Ascani (1976), dont nous avons déjà parlé dans le cas du Pied-dans-la-Porte, a testé l'effet de la Porte-dans-le-Nez sur le don de sang. Ici, l'objectif était d'augmenter le taux de donneurs (des étudiants) lors de la visite, sur le campus, du camion permettant ces dons. En condition de Porte-dans-le-Nez, les sujets étaient sollicités initialement pour prendre une carte de donneur où ils s'engageaient dans un programme de dons sur trois ans à raison d'un prélèvement tous les deux mois (ce qui fait plus de sept litres de sang). Après ce refus (100 % ont refusé), les sujets se voyaient proposer la requête pour un don à faire le lendemain. Comme on leur avait

demandé leur nom, il était aisé de vérifier s'ils étaient venus. Les résultats montreront que 49.2 % des sujets ont accepté en condition de Porte-dans-le-Nez contre 31.7 % en condition contrôle. Toutefois, s'agissant de leur comportement effectif, aucune différence statistique ne sera observée : 39 % en Porte-dans-le-Nez sont effectivement venus donner leur sang contre 35 % en contrôle. Il semble donc y avoir des limites à cette efficacité notamment avec ce type de comportement (donner son sang) dont on sait qu'il est difficile à influencer.

Les travaux que nous avons présentés ci-dessus visaient un intérêt collectif, humanitaire… pro-social. Il faut toutefois se garder de généraliser car on a montré également des effets de la Porte-dans-le-Nez lorsque la demande visait des intérêts privés. Ainsi Mowen et Cialdini (1980) souhaitaient que des sujets participent à une enquête nécessitant 15 minutes de passation. Cette enquête était faite pour le compte d'une compagnie privée d'assurances. En condition de Porte-dans-le-Nez, on demandait d'abord au sujet s'il accepterait de répondre à un questionnaire qui lui prendrait deux heures de son temps. Comme le sujet refusait, l'enquêteur lui demandait alors s'il acceptait de répondre à une seule partie de l'enquête qui durait 15 minutes. Les résultats montreront que 44 % des sujets ont consenti à la requête finale dans cette condition contre 25 % en condition contrôle. Même lorsqu'elle vise un intérêt privé, la Porte-dans-le-Nez semble donc efficace. Plus curieusement, Goldman et Creason (1981) sont également parvenus à inciter des sujets à faire, bénévolement, du sondage par téléphone sur les programmes radio pour le compte d'une radio locale. Cette recherche que nous présentons en détail ci-après (voir la « Double Porte-dans-le-Nez », ci-après) montrait également une plus forte implication des sujets dans la tâche.

Cette technique fonctionne même lorsqu'elle est utilisée au profit d'un intérêt financier très personnel et non en faveur d'une association humanitaire ou caritative. Ainsi, Guéguen et Pascual (sous presse *a*) ont demandé à deux compères, un homme et une femme, âgés de 20 ans, de mettre en place le scénario suivant dans des bars. Les compères entraient dans le bar et s'installaient à une table. Quelques minutes après avoir consommé, le jeune homme s'en allait en déclarant à haute voix qu'il était en retard à un rendez-vous. Après deux minutes, la jeune femme compère manifestait alors l'intention de partir elle aussi et mimait la surprise de voir que son camarade n'avait pas payé l'addition. Bien entendu, tout cela se faisait à voix haute avec des regards de consternation appropriés afin que les clients aux alentours se rendent compte de la situation. De manière un peu confuse, la jeune femme expliquait alors à un client à proximité ce qui lui arrivait. En condition de Porte-dans-le-Nez, elle demandait alors au sujet s'il accepterait de régler la totalité de l'addition car elle n'avait pas d'argent. Comme le sujet refusait (aucune acceptation observée sur le nombre total de personnes testées), la jeune femme lui demandait alors s'il n'avait pas au moins 30 ou

50 centimes d'euro. En condition contrôle, le compère procédait de la même manière mais la demande de règlement de la totalité de l'addition n'était pas adressée au sujet. On demandait simplement 30 ou 50 centimes d'euro pour payer une partie de l'addition. Si le sujet refusait, le compère s'adressait alors à une autre personne. Dans les deux conditions, après que le sujet ait accepté, le sujet attendait qu'il lui donne de l'argent et évaluait le montant. En condition de Porte-dans-le-Nez, on observera que 75 % des sujets ont consenti à la requête contre 10 % en condition contrôle. En outre, une différence sera également observée en ce qui concerne le montant moyen des dons. Celui-ci sera de 0,39 euro en condition de Porte-dans-le-Nez contre 0,23 euro en condition contrôle.

Les requêtes des expériences présentées ci-dessus étaient, en apparence, toutes louables et visaient à apporter son aide à quelqu'un ou à un organisme privé ou public ou à une bonne cause. Il s'agissait, encore une fois, de requêtes socialement valorisantes. Shanab et O'Neill (1979) ont toutefois mis en évidence que la Porte-dans-le-Nez était efficace même dans le cas de requêtes dites indésirables. Ici, il s'agissait de conduire des sujets (des étudiants) à accepter de délivrer des chocs électriques à des rats pendant une heure dans le cadre d'une évaluation de leur capacité d'apprentissage. Alors qu'en condition contrôle, les sujets ont accepté la requête de l'expérimentateur (un professeur) dans 35 % des cas, ils ont été 65 % en condition de Porte-dans-le-Nez où la requête préparatoire consistait à leur demander d'être volontaires pendant trois mois à raison de deux heures par semaine comme assistants de laboratoire. On rajoutait que la tâche consistait à expédier des chocs électriques à un adulte commettant des erreurs d'apprentissage et que cela serait à faire pendant toute cette période. Le refus de faire cela à un homme pendant tout ce temps a prédisposé les sujets à accepter de le faire à un rat pendant une plus courte période.

2.2.3 La Porte-dans-le-Nez électronique

Jusqu'à présent, les recherches sur la Porte-dans-le-Nez que nous avons présentées impliquaient, la plupart du temps, une interaction en face-à-face entre le solliciteur et le sujet. On a pu montrer que cette technique fonctionnait également lors d'interactions par téléphone (Goldman et Creason, 1981). Bien que cette dernière forme d'interaction ne suppose pas une présence physique, elle est aussi efficace, semble-t-il, qu'une interaction en face-à-face. Une méta-analyse de O'Keefe et Hale (1998) a toutefois montré que la Porte-dans-le-Nez était plus efficace en face-à-face. Cela reste toutefois à démontrer puisqu'il n'y a pas, à notre connaissance, de recherche comparative entre les deux modes d'interaction. Malgré ces différences de résultats liées au mode d'interaction, face-à-face et contact téléphonique constituent des modes de communication synchrone : la communication

entre les deux personnes peut se faire à un même instant entre deux personnes (ce n'est pas le cas avec un talkie-walkie où un seul interlocuteur peut émettre à un instant). En outre, le sujet interagit toujours avec un individu. On peut donc se demander s'il est possible d'obtenir un effet de la Porte-dans-le-Nez en communication asynchrone notamment lorsque le sujet ne communique plus avec un individu mais avec un simple fichier informatique. Nous avons donc tenté de voir si on pouvait produire l'effet traditionnel de la Porte-dans-le-Nez alors que le sujet était en interaction avec un site internet.

L'expérience qui a été utilisée (Guéguen, sous presse *d*) reprenait en majeure partie la description de l'expérience conduite sur le Pied-dans-la-Porte électronique présentée ci-dessus où un sujet était amené à signer une pétition en faveur d'une cause puis à participer à cette cause par le biais d'un cheminement de pages sur un site. On avait observé que la signature préalable de la pétition conduisait à plus d'aide ultérieure (dons financiers). Nous avons donc repris le même site (un site en faveur des enfants victimes des mines). Toutefois, en condition de Porte-dans-le-Nez, après que le sujet ait cliqué sur le lien « Aidez-nous ! » présent sur la page d'accueil, il aboutissait non pas à une page où il pouvait signer une pétition mais à une page où un formulaire de renseignements (nom, prénom, adresse, téléphone, etc.) était présenté et où la demande d'aide portait sur une participation à la gestion d'un forum en ligne. On précisait que cette participation nécessitait deux à trois heures par semaine pendant les six prochains mois. On rajoutait qu'il était impératif, en cas d'acceptation, de tenir cet engagement car cela compromettait le travail d'autres collaborateurs. À la suite de ce texte, deux boutons apparaissaient. Sur l'un était mentionné : « Oui, si j'accepte, je peux m'engager à assurer ce rôle pendant la durée », tandis que sur l'autre était mentionné : « Non, je ne peux m'engager sur une telle durée. » Un message mentionnait, sous ces boutons, que, en cas d'acceptation, le sujet serait renvoyé à un courrier électronique contenant une page où il lui serait demandé d'expédier son nom, prénom, adresse et numéro de téléphone pour que l'association puisse le contacter.

Si le sujet acceptait (deux sujets ont été volontaires sur sept cent soixante et onze sujets, soit 0.26 %), il était renvoyé à une fenêtre de courrier électronique où se trouvait le formulaire d'engagement décrit ci-dessous. Si le sujet cliquait sur le bouton de refus, il était renvoyé alors à la même page que les sujets du groupe contrôle et qui présentait la sollicitation de dons en faveur des enfants victimes des mines. À ce stade, tout se déroulait alors comme dans le cas de l'expérience sur le Pied-dans-la-Porte électronique. On mesurait le nombre d'activations de la page de dons et celui du site permettant de réaliser effectivement ce don. Les résultats qui ont été obtenus sont présentés dans le tableau 2.10 ci-après. Comme d'habitude, l'expérience a pu être réalisée sur un grand nombre de personnes puisque, au total, mille soixante-sept internautes ont visité le site à partir duquel les différentes manipulations étaient déclinées.

	Conditions expérimentales	
	Porte-dans-le-Nez	Contrôle
Activation de la page de don	11.0	3.5
Activation du lien vers association humanitaire pour effectuer le don		
Par rapport au nombre total de sujets testés	5.5	1.9
Par rapport aux sujets ayant activé la page de don	49.4	55.2

Tableau 2.10

Taux de personnes ayant consulté la page des dons et ayant activé le lien vers une organisation humanitaire autorisant les dons en ligne (en %)

Les résultats obtenus apportent trois éléments d'information intéressants sur la Porte-dans-le-Nez. D'une part, on peut voir que cette technique fonctionne dans le cadre d'une relation médiatisée par ordinateur, ce qui constitue un nouveau mode de communication. D'autre part, on prouve qu'il n'est pas nécessaire d'être en relation synchrone comme en face-à-face ou par téléphone pour que le mécanisme opère. Enfin, il n'est pas nécessaire non plus que l'interaction se fasse avec un individu. Ici, le mécanisme a fonctionné en faisant varier, selon les groupes, une page du site. Il semble donc que la simple superposition des requêtes suffise à obtenir un effet. On verra plus loin que de tels résultats sont importants lorsqu'il s'agit d'interpréter, théoriquement, le processus explicatif à ce mécanisme d'influence que constitue la Porte-dans-le-Nez.

2.3 Facteurs favorisant une Porte-dans-le-Nez

Comme ce fut le cas avec le Pied-dans-la-Porte, isoler certains facteurs qui prédisposent à l'obtention d'un renforcement ou à l'échec d'un effet de Porte-dans-le-Nez permet, d'une part, d'améliorer la technique ou d'éviter certaines erreurs si on souhaite l'employer mais, d'autre part, cela sert aussi des intérêts théoriques. En effet, la connaissance de l'influence de ces facteurs aide à modéliser le processus explicatif de ce phénomène. Bien entendu, nous avons dit précédemment que la technique de la Porte-dans-le-Nez a suscité moins de travaux que le Pied-dans-la-Porte. Toutefois, des travaux existent et permettent, aujourd'hui, d'isoler les facteurs qui favorisent ou ne favorisent pas cet effet et qui permettent d'entrevoir pourquoi cette technique fonctionne.

2.3.1 Le caractère pro-social de la requête

On a pu voir que la Porte-dans-le-Nez fonctionne avec des demandes d'aide au profit d'une personne ou d'une entreprise privée. Toutefois, on sait que c'est surtout dans le domaine des demandes pro-sociales que la technique fonctionne. Ici aussi, les recherches présentent tant de différences d'un point de vue méthodologique et visent des objectifs si différents qu'il est difficile d'en tirer des principes généraux. Une méta-analyse faite par Dillard, Hunter et Burgoon (1984) a séparé les requêtes de type pro-sociales fortes (organisations charitables, etc.) ou faibles (compagnies privées, marketing) et atteste que le caractère pro-social de la requête est un facteur important de l'efficacité de ces techniques : plus d'effet de la Porte-dans-le-Nez est obtenu lorsque la demande est de nature pro-sociale. Cela a également été confirmé par une plus récente méta-analyse intégrant plus de recherches (O'Keefe et Hale, 1998). Une recherche expérimentale a également testé directement cet aspect. Il s'agit de la recherche de Dillard et Hale (1992) dont nous avons déjà parlé dans le cas du Pied-dans-la-Porte. L'objectif était que des sujets répondent à une enquête sur les programmes télé. Ici le caractère pro-social de cette enquête était manipulé par les caractéristiques du demandeur. Il s'agissait soit d'une association nationale de parents cherchant à promouvoir des programmes de qualité pour la jeunesse (caractère pro-social élevé), soit d'un organisme multimédia inconnu (caractère pro-social moyen), ou, enfin, d'une société privée du secteur commercial multimédia (caractère pro-social faible). En condition de Porte-dans-le-Nez, on demandait aux sujets s'ils accepteraient de tenir un journal précis de tous les programmes télé qu'ils allaient regarder dans les deux prochaines semaines. On rajoutait qu'un représentant de leur organisation viendrait chez eux pour discuter de ces choix. Après le refus (99.8 % de refus), on formulait immédiatement la requête finale. Les résultats qui ont été obtenus sont présentés dans le tableau 2.11 ci-dessous.

	Caractère pro-social de la source		
	Bas	**Moyen**	**Élevé**
Porte-dans-le-Nez	65	73	85
Contrôle	53	67	69

Tableau 2.11

Taux d'acceptation de la requête (en %)

Comme on peut le voir, il y a un effet positif de la Porte-dans-le-Nez dans tous les cas mais on observe également que le caractère pro-social de la

demande a son importance. Pour Dillard et Hale (1992) cet aspect n'est pas à négliger et peut expliquer pourquoi certains échecs ont été observés.

2.3.2 Le coût de la requête préparatoire

Nous avons déjà eu l'occasion de voir à quel point le coût de la requête préparatoire était important dans le cas du Pied-dans-la-Porte. Pour la Porte-dans-le-Nez, il en va de même et les difficultés sont encore renforcées dans ce cas car il faut trouver une requête suffisamment exorbitante qui ne soit pas absurde par son excès et suffisamment coûteuse pour être refusée. Even-Chen, Yinon et Bizman (1978) ont testé l'impact de deux requêtes préparatoires ayant un coût différent. Leur objectif était que des personnes acceptent de distribuer des brochures sur la prévention routière à leurs voisins et amis. En condition de requête préparatoire dite coûteuse, l'expérimentateur disait à des étudiants pris au hasard sur le campus qu'il était bénévole pour une association en faveur de la sécurité routière. Il rajoutait que son organisation serait intéressée par la formation d'équipes de volontaires pour suivre et faire de la prévention d'accidents auprès de conducteurs et de passants. Il demandait donc au sujet s'il accepterait d'être volontaire et de travailler ainsi deux heures par semaine pendant six mois. Après refus (100 % de refus ici aussi), l'expérimentateur demandait alors au sujet s'il pourrait les aider d'une autre façon. Il lui demandait s'il consentirait à venir dans leur bureau, situé à vingt minutes en voiture de leur université, pour retirer quinze brochures sur la prévention routière qu'il pourrait distribuer à ses voisins ou amis. En condition de requête préparatoire modérée, l'expérimentateur se présentait de la même manière et disait que son organisme aurait besoin de collecter des données sur le transport pour différents projets. Il demandait alors au sujet s'il accepterait d'être volontaire pour observer, à une intersection donnée et pendant deux heures, les infractions commises par des automobilistes. Après le refus (96.4 % de refus), on formulait la requête finale. Les résultats ont montré que, en condition de requête préparatoire coûteuse, 61 % des sujets ont accepté la requête finale contre 15 % en condition de requête modérée. En situation contrôle, où la requête finale était directement formulée, 35 % des sujets ont consenti à la requête. Comme on le voit, il semble y avoir un effet de la Porte-dans-le-Nez, uniquement si la première requête est coûteuse. Pour les auteurs, un tel effet voudrait dire que la première requête doit être suffisamment coûteuse pour que le sujet ne la refuse pas sous l'effet d'une auto-attribution (« deux heures oui/non ? C'est long, il fait froid, Non je n'ai pas envie, j'ai autre chose à faire »). De fait, en faisant cette auto-attribution, le sujet s'est convaincu qu'il n'avait pas de temps à consacrer à tout cela, ce qui le conduit à refuser également la seconde requête. Avec une requête exorbitante, une telle auto-attribution n'est pas activée puisqu'il est tout simplement impossible d'accepter ce que la personne propose.

Comme on vient de le voir, le coût de la requête préparatoire dans le cas de la technique de la Porte-dans-le-Nez nécessite d'être suffisamment élevé. Il reste que, comme le mentionnent Even-Chen, Yinon et Bizman (1978), ce coût est également fonction du coût de la requête finale. On a vu, précédemment, qu'une requête préparatoire nécessitant deux heures de temps au sujet pour répondre à un questionnaire (Mowen et Cialdini, 1980) permettait aussi plus d'aide ultérieure. Dans les deux cas, pourtant, les sujets perdent deux heures.

Il semble qu'il faille aussi se méfier de l'effet boomerang d'une requête trop exorbitante. Schwarzwald, Raz et Zvibel (1979) demandaient à des personnes de faire un don au profit d'une organisation caritative connue. Selon le cas, le montant correspondait à 4, 6, 8, 10, 12 ou 20 fois la valeur des dons moyens obtenus en condition contrôle. Après le refus, le sujet demandait une somme correspondant à deux fois le montant moyen habituel. Les résultats montreront que, comparativement à la condition contrôle, la Porte-dans-le-Nez avec la requête préparatoire la plus exorbitante ou la plus faible, a conduit à diminuer les taux d'acceptation et à diminuer le montant moyen des dons alors qu'une requête préparatoire plus modérée (6, 8, 10 et 12 fois la valeur moyenne) fonctionne et conduit même à accroître le montant des dons. Les deux extrêmes (soit quatre et vingt fois la valeur du don moyen) ne permettent pas d'obtenir l'effet de la Porte-dans-le-Nez.

Le coût de la requête exerce donc une importance capitale et les travaux précédents montrent que l'on ne peut pas utiliser n'importe quelle requête exorbitante. Cela réclame donc des ajustements, des évaluations préalables afin d'optimiser au mieux l'efficacité de cette technique. Une solution supplémentaire peut être d'utiliser également une décroissance successive des requêtes afin de renforcer encore plus l'efficacité de cette technique.

2.3.3 Deux portes valent mieux qu'une : le paradigme de la Double Porte-dans-le-Nez

Nous avons vu précédemment que Goldman, Creason et McCall (1981) avaient montré qu'un Pied-dans-la-Porte à trois requêtes graduelles était plus efficace que la technique classique utilisant les deux requêtes : technique qu'ils ont appelé le Double Pied-dans-la-Porte. On verra que deux de ces auteurs vont récidiver en testant, cette fois, l'effet d'une Double Porte-dans-le-Nez (Goldman et Creason, 1981). L'objectif était, ici aussi, d'obtenir de sujets qu'ils acceptent, bénévolement, de faire du sondage par téléphone sur les programmes radio pour le compte d'une radio locale. L'expérimentateur se présentait en tant que membre d'une radio locale fictive de la ville et faisait une enquête sur la programmation radio et disait rechercher des volontaires pour effectuer cette enquête. En condition de simple Porte-dans-le-Nez, cette requête était précédée d'une demande exorbitante où le sujet était sollicité pour téléphoner à cent cinquante personnes. Le sujet ayant

refusé, on lui proposait soit d'appeler vingt-cinq personnes (demande fixe) soit on ne lui fixait aucun nombre déterminé (demande autodéterminée). En condition de Double Porte-dans-le-Nez, après le refus des cent cinquante appels, on proposait au sujet cent appels et comme le solliciteur essuyait encore un refus, il proposait alors au sujet d'appeler vingt-cinq personnes ou de choisir le nombre (autodétermination). En condition contrôle, comme d'habitude, on proposait directement, selon le groupe, l'une ou l'autre des requêtes-cibles (vingt-cinq personnes ou autodétermination). Si le sujet acceptait, on lui demandait alors combien de personnes il escomptait appeler. Les moyennes obtenues sont présentées dans le tableau 2.12 ci-dessous.

	Contrôle	Porte-dans-le-Nez simple	Double Porte-dans-le-Nez
Type de requête			
Fixe	0.78	6.25	10.16
Autodéterminée	3.59	9.28	10.72

Tableau 2.12

Nombre moyen de personnes que les sujets accepteraient de contacter

Comme on le voit, un effet positif de la Porte-dans-le-Nez est obtenu mais on constate que la Double Porte-dans-le-Nez conduit à augmenter cette estimation, notamment en condition de requête fixe. Il semble donc qu'un double refus d'une requête exorbitante prédispose plus favorablement le sujet à accepter la requête finale. Bien entendu, cette recherche reste critiquable car elle est la seule qui ait été faite sur le paradigme de la Double Porte-dans-le-Nez. En outre, seules des intentions comportementales ont été évaluées. On voit néanmoins qu'elle conduit à des variations des estimations faites par les sujets. Deux refus successifs semblent donc encore plus prédisposer le sujet à produire le comportement réellement recherché.

2.4 Les mécanismes psychologiques à l'effet de Porte-dans-le-Nez

Même s'il y a bien moins de travaux sur la Porte-dans-le-Nez que sur le Pied-dans-la-Porte, il n'est reste pas moins que la recherche sur cette technique a été, et reste, très active (Millar, 2002). De fait, plusieurs explications à ce phénomène existent mais, là encore, il faut souvent séparer les explications qui ont été testées empiriquement de celles qui restent à l'état de réflexion. Nous présentons donc successivement ces théories explicatives dans les paragraphes qui vont suivre. On verra que certaines explications

reposent sur d'autres mécanismes que nous étudierons plus loin ou reposent sur un mécanisme explicatif avancé également pour expliquer l'effet du Pied-dans-la-Porte.

2.4.1 L'hypothèse des concessions réciproques

Cette hypothèse est celle avancée par les fondateurs du paradigme (Cialdini *et al.*, 1975) et repose sur le principe de réciprocité dont nous étudierons en détail, dans le chapitre 3, l'importance qu'il peut avoir sur l'être humain, et tout particulièrement dans les interactions sociales. Gouldner (1960) estime qu'il existe une norme de réciprocité dans toutes les sociétés. Celle-ci serait fondée sur le principe selon lequel « vous accorderez des avantages à ceux qui vous en ont consenti » (Gouldner, 1960, p. 160). Beaucoup de recherches que nous présenterons dans la partie consacrée à la réciprocité dans le prochain chapitre confirment cela. Toutefois, pour Cialdini *et al.* (1975), cette norme n'est pas fondée que sur la réciprocité d'avantages économiques et pourrait agir également dans d'autres types d'échanges sociaux. De fait, n'importe quelle concession serait susceptible d'activer cette norme de réciprocité : on ferait des concessions à ceux qui nous en ont faites. Encore une fois, pour Cialdini *et al.* (1975), un marchandage est une situation typique d'expression de ces concessions. Cela s'observe souvent dans d'autres interactions sociales. Certains commencent avec des exigences inacceptables et, afin que l'interaction puisse continuer et que les objectifs communs soient atteints, des compromis doivent être trouvés. Des recherches sur la négociation montrent aussi que ce phénomène est manifeste. Chertkoff et Conley (1967) ont montré que le nombre de concessions qu'un sujet consent dans une situation de marchandage est significativement affecté par le nombre de concessions faites par son opposant.

Pour Cialdini *et al.* (1975), la Porte-dans-le-Nez fonctionnerait en raison de cette concession que réalise le demandeur de la requête qui vient réduire ses exigences après le refus de sa première requête : « Il vient de mettre de l'eau dans son vin » pour reprendre une expression consacrée. De fait, le sujet, sous l'effet de la norme de réciprocité, serait conduit à faire une concession à son tour et donc à accepter la requête finale puisqu'il a refusé la première.

Partant de ce principe des concessions réciproques, Cialdini *et al.* (1975) ont évalué les caractéristiques d'une telle explication théorique et ont tenté de la valider expérimentalement. Pour ces auteurs, une situation de négociation, de concessions mutuelles, ne peut se faire qu'entre des personnes bien identifiées. Il en va de même de la réciprocité : on doit quelque chose à quelqu'un, on lui est redevable. De fait, dans le cadre du paradigme de la Porte-dans-le-Nez, la technique ne peut fonctionner car celui qui soumet les deux requêtes est toujours le même. Si on faisait en sorte qu'il y ait plusieurs requêteurs, chacun formulant une des requêtes, on n'obtiendrait pas l'effet

escompté. Dans ce cas, puisque le dernier requêteur n'a fait aucune concession, le sujet n'aurait pas lieu d'en faire également et ne consentirait pas plus à accepter sa requête qu'en condition contrôle. Afin de tester cette hypothèse reposant sur l'analyse du principe des concessions réciproques, Cialdini *et al.* (1975, expérience 2) ont mené une expérience strictement identique à la première : obtenir que des personnes soient volontaires pour accompagner des délinquants au zoo. Ils ont refait l'expérience en condition contrôle et expérimentale comme précédemment mais ils ont également introduit une variante de la technique de la Porte-dans-le-Nez avec deux requêteurs. Ici, les requêteurs étaient ensemble et abordaient le sujet et lui proposaient, dans un premier temps, la requête exorbitante (travailler pendant deux ans tous les samedis pour leur association). Sur ces entrefaites, un troisième expérimentateur arrivait (ils portaient tous un badge de leur association). Comme le sujet refusait, les deux premiers compères le remerciaient et s'éloignaient pour aborder d'autres personnes. Le troisième expérimentateur, resté seul avec le sujet lui proposait alors la seconde requête. Bien entendu, pour des raisons de correspondance, en condition contrôle et expérimentale classique, le sujet était abordé par les trois expérimentateurs. En condition de Porte-dans-le-Nez classique, seul un expérimentateur, et toujours le même, parlait avec le sujet. Les résultats qui ont été obtenus sont présentés dans le tableau 2.13 ci-dessous.

Porte-dans-le-Nez avec un seul interlocuteur	Porte-dans-le-Nez avec deux interlocuteurs	Contrôle
55.5	10.5	21.5

Tableau 2.13

Choix de la requête finale (en %)

Comme on le voit, si l'effet de la Porte-dans-le-Nez classique est obtenu, ce n'est plus le cas lorsque le sujet a affaire à deux interlocuteurs. Il semble donc que l'on fasse bien une concession à celui qui nous en fait : le sujet ne met de l'eau dans son vin que s'il trinque toujours avec la même personne. D'autres recherches confirmeront cet effet négatif du changement d'interlocuteur (Foss et Dempsey, 1979 ; Snyder et Cunningham, 1975). La méta-analyse de O'Keefe et Hale (1998) démontrera, sur l'ensemble des recherches publiées sur la Porte-dans-le-Nez, que ce facteur est un facteur important et qu'un effet négatif est même observé (moins d'efficacité de la technique de la Porte-dans-le-Nez par rapport au groupe contrôle) lorsque des requêteurs différents sont utilisés.

Pour qu'il y ait concession, cela suppose une certaine présence sociale du solliciteur. Brechner, Shippee et Obitz (1976) cherchaient à inciter des personnes à répondre à un questionnaire sur l'alcoolisme : questionnaire

qu'ils recevaient par voie postale. En condition de Porte-dans-le-Nez, on leur avait auparavant expédié une lettre dans laquelle on leur demandait si elles accepteraient qu'une équipe de chercheurs vienne chez eux, les observent et les interrogent pendant cinq jours. Les résultats montreront que la Porte-dans-le-Nez n'a pas conduit à augmenter le taux de réponse au questionnaire. Pour ces auteurs, vraisemblablement, l'absence d'interaction ne permettrait pas le repérage par le sujet de la concession faite à son endroit. De plus, le temps séparant les deux requêtes pourrait avoir affecté cette perception de la concession faite. Cet aspect du temps a d'ailleurs été testé de manière expérimentale par Cann, Sherman et Elkes (1975). Ces chercheurs souhaitaient obtenir de sujets sollicités par téléphone qu'ils acceptent de distribuer des brochures sur la sécurité routière. En condition de Porte-dans-le-Nez, la requête préparatoire consistait à demander au sujet s'il accepterait de passer deux heures à une intersection afin de compter les voitures qui y passaient. Après le refus, on formulait immédiatement la requête finale (distribuer quinze brochures sur la sécurité routière à des amis). Dans une autre condition, on remerciait le sujet même après son refus. Sept jours après, il était contacté par la même personne et on lui soumettait la requête finale. Les résultats montreront qu'en condition contrôle, 50 % de sujets ont accepté la requête. Ils ont été 91 % en condition de Porte-dans-le-Nez sans délai tandis qu'ils n'étaient plus que 29 % en condition de Porte-dans-le-Nez avec délai. Cet effet négatif du temps a été mis en évidence à plusieurs reprises (Shanab et Isonio, 1980, 1982). La méta-analyse de Dillard, Hunter et Burgoon (1984) a d'ailleurs montré l'existence d'une corrélation négative significative entre le niveau d'efficacité de la Porte-dans-le-Nez et le délai entre les deux requêtes ($r = -.53$) : plus le délai augmente et moins la technique s'avère efficace. Cela a également été confirmé par la méta-analyse plus récente de O'Keefe et Hale (1998).

Pour Cialdini *et al.* (1975), pour qu'une concession soit faite, il faut que le sujet perçoive que le demandeur a réduit ses exigences. Pour prendre un exemple classique de la négociation, on ne bouge pas tant que l'autre n'a pas bougé. Il faut donc que l'autre bouge pour que nous bougions nous-mêmes. Ce principe a également été évalué par Cialdini *et al.* (1975, expérience 3). Ces chercheurs ont repris la condition de Porte-dans-le-Nez classique et de la situation contrôle et introduit une nouvelle condition de Porte-dans-le-Nez sans concessions. En effet, au lieu d'une requête exorbitante proposée comme première requête, il s'agissait d'une requête d'un coût identique à la seconde : on passait ainsi d'une demande d'encadrement d'un groupe de jeunes délinquants pour une visite au musée de deux heures à la conventionnelle demande d'encadrement pour la visite du zoo. Les résultats obtenus sont présentés dans le tableau 2.14. Ici, bien entendu, les taux portent sur une base de cent personnes sollicitées même si, dans le groupe avec requête de même coût, le taux de refus initial de la première requête était moins important que dans le cas d'une requête exorbitante.

Porte-dans-le-Nez avec requêtes à coût dégressif	Porte-dans-le-Nez avec requêtes de même coût	Contrôle
54.1	33.3	33.3

Tableau 2.14
Choix de la requête finale (en %)

Comme on peut le voir, lorsque le sujet n'a pas le sentiment qu'une concession a été faite par le demandeur, il n'accède pas plus favorablement à la seconde requête. On voit donc qu'il importe que ce sentiment laissé au sujet soit activé. Cette expérience confirme les travaux précédents concernant l'impact du coût de la requête préparatoire. Si celle-ci est, comparativement à la requête finale, insuffisamment importante, il n'y a plus d'effet de la Porte-dans-le-Nez. Or, il faut bien que la différence entre les deux requêtes soit suffisante pour qu'il y ait perception d'une concession.

La répétition des concessions peut conduire au même effet. Quand une personne met deux fois de l'eau dans son vin, on a plus tendance à le remarquer. Or, une telle situation est vérifiée par le paradigme de la « double Porte-dans-le-Nez » que nous avons présenté ci-dessus (Goldman et Creason, 1981). On a pu voir en effet que lorsque le requêteur effectuait trois requêtes décroissantes en termes de coût, cela conduisait à plus d'acceptation de la requête finale que lorsqu'il n'y avait que deux requêtes comme dans le cadre du paradigme classique. Un tel effet est entièrement compatible avec la théorie des concessions réciproques : comme deux concessions valent mieux qu'une, il est logique que le sujet perçoive plus cette concession que le demandeur fait par rapport à la demande initiale, ce qui le conduit à l'accepter plus favorablement.

On le voit, plusieurs preuves expérimentales d'une théorie explicative en termes de concessions réciproques existent dans la littérature sur la Porte-dans-le-Nez. Toutefois, ici encore, tout n'est pas aussi simple qu'il y paraît et des facteurs pourtant en lien avec la théorie de la réciprocité peuvent ne pas conduire à obtenir d'effet. Ainsi, Abrahams et Bell (1994) ont montré que si le solliciteur insistait sur l'importance de la requête préparatoire (avoir des bénévoles pour une association humanitaire) et qu'il demandait ensuite au sujet de l'aider d'une autre manière, cela ne conduisait pas à plus d'aide que si le solliciteur n'insistait pas. Certes, dans les deux cas, la Porte-dans-le-Nez s'est avérée plus efficace qu'en condition contrôle mais on s'attendait à plus d'aide en condition d'insistance. De plus, ce résultat n'est pas isolé puisqu'il a également été obtenu par Goldman, McVeigh et Richterkessing (1984) dont le compère-solliciteur, après le refus de la première requête, déclarait au sujet qu'il avait vraiment besoin d'aide et qu'il fallait parfois faire des compromis dans la vie. Il soumettait alors la seconde requête. Un effet positif de la Porte-dans-le-Nez sera obtenu ici mais aucun effet additionnel lié à

l'accentuation de la concession ne sera obtenu. Bien entendu, on ne peut partir de ces recherches pour réfuter l'hypothèse des concessions réciproques. D'une part, cela n'enlève rien à la validité des autres recherches et, d'autre part, on peut penser qu'à partir du moment où ce sentiment de concession est activé, ce n'est pas en en « rajoutant » qu'on va obtenir un effet additionnel. Toutefois n'oublions pas non plus qu'avec la « Double Porte-dans-le-Nez » on en « rajoutait » un peu. Pourtant, là, un effet additionnel d'influence est obtenu. On s'étonne donc de ne pas trouver d'effet de la mise en évidence de l'importance de la concession dans les expériences de Abrahams et Bell (1994) et de Goldman *et al.* (1984) présentées ci-dessus. En outre, l'effet obtenu dans le cas de la Porte-dans-le-Nez électronique est difficilement conciliable avec l'hypothèse des concessions réciproques. On a vu, avec la seconde expérience de Cialdini *et al.* (1975) que si les requêteurs étaient différents, aucun effet de la Porte-dans-le-Nez n'était obtenu. Or, dans le cas de l'utilisation d'une Porte-dans-le-Nez sur un site électronique, le sujet n'interagissait avec personne. La pression à la réciprocité est donc difficile à admettre dans cette expérience conformément à la théorie des concessions réciproques qui suppose une interaction sociale et un seul interlocuteur.

2.4.2 La théorie des contrastes perceptifs

Nous avons déjà eu l'occasion de parler de cette théorie s'agissant du Pied-dans-la-Porte. Cette perspective, somme toute très mécaniste, veut que la requête finale soit examinée à l'aune de connaissances antérieures du sujet. Lorsque l'on emploie une technique de manipulation comme le Pied-dans-la-Porte ou la Porte-dans-le-Nez, la requête finale serait évaluée à l'aune de la requête préparatoire. De fait, cela affecterait la perception du coût réel de la requête finale.

En ce qui concerne la Porte-dans-le-Nez, nous avons tenté de modéliser ce processus d'évaluation que nous présentons dans la figure 2.2 ci-après en prenant comme référence la recherche initiale de Cialdini *et al.* (1975).

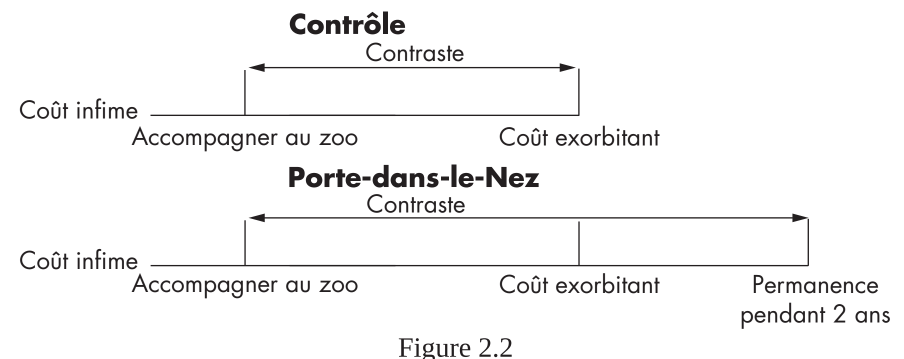


Figure 2.2
Modèle du contraste perceptif dans le cas de la Porte-dans-le-Nez

Comme on peut le voir, en situation de Porte-dans-le-Nez, le sujet dispose d'une nouvelle référence pour juger du coût de la requête finale et cette référence est située à un niveau plus élevé que le coût subjectif dont peut se servir le sujet pour évaluer la requête finale en condition contrôle (qui irait penser que l'on puisse vous demander d'accepter de tenir une permanence de deux ans toutes les semaines). Il y a, dans ce cas, un plus fort contraste entre les deux extrêmes. Cela aurait donc pour conséquence de donner l'illusion que la requête finale est moins coûteuse qu'elle ne l'est en réalité (Shanab et O'Neill, 1982).

L'effet du contraste a été mis en évidence par Comer, Kardes et Sullivan (1992). Ces chercheurs ont montré que, en demandant par téléphone à des personnes d'apporter une aide financière à leur ancienne université, si on partait d'une valeur initiale élevée et que l'on descendait graduellement l'importance de la somme, on obtenait, au final, un taux d'acceptation de la requête et un montant moyen de dons plus élevés qu'en condition où on se contentait de demander aux personnes si elles acceptaient de donner et combien. De la même manière, par contraste avec le premier niveau, ce que le sujet a donné a été perçu comme étant une faible somme. Il est à noter que nous ne sommes pas très éloignés des techniques commerciales qui consistent à partir de haut pour faire croire au sujet qu'il n'a pas payé très cher ce qu'il a finalement acquis. S'agissant de la Porte-dans-le-Nez, quelques recherches ont tenté de valider cette hypothèse. Ainsi, Goldman, McVeigh et Richterkessing (1984) demandaient à leur compère d'en rajouter après le refus de la requête préparatoire du sujet. Celui-ci acquiesçait avec le sujet et disait qu'il pensait aussi que deux heures par semaine pendant un an était trop demander par rapport à un autre programme qui, lui, ne nécessitait que deux heures, ce qui était peu en comparaison. Bien que cette déclaration fût susceptible d'accroître le contraste, aucun effet additionnel n'a été obtenu. Toutefois, là aussi, la technique de la Porte-dans-le-Nez a néanmoins fonctionné. Il est donc possible que si le contraste est bien perçu, cela suffit pour qu'il opère et ce n'est pas non plus en en « rajoutant » qu'on obtiendra plus. Pour cette raison, Goldman, Gier et Smith (1981) ont directement fait varier ce contraste par le coût des requêtes finales. L'objectif était que des personnes prises au hasard dans un annuaire acceptent de répondre à une requête peu coûteuse (répondre à un petit questionnaire de cinq questions sur leurs préférences musicales à la radio), une requête modérée (écouter une radio pendant une demi-heure puis répondre à un questionnaire) ou une requête coûteuse (noter tous les titres écoutés les quatre prochaines semaines sur un formulaire qu'on allait leur donner puis le renvoyer par retour courrier après un mois). Le taux d'acceptation de chacune de ces requêtes a été testé avec un groupe contrôle tandis qu'en condition de Porte-dans-le-Nez, une requête exorbitante précédait chacune de ces requêtes (téléphoner à 50 personnes d'une liste donnée et leur poser quelques petites questions, et tout cela serait à faire lors des deux prochains week-ends). Les résultats montreront que, en

condition de Porte-dans-le-Nez avec requête peu coûteuse, on a obtenu plus d'acception de la requête qu'en condition de requête modérée. Cette dernière a néanmoins permis d'obtenir plus qu'en condition de requête finale coûteuse. Plus le contraste était grand, plus il y avait de soumission.

Bien qu'intéressante et empiriquement validée, cette théorie du contraste appliquée à la Porte-dans-le-Nez laisse perplexe. D'une part, la dernière expérience que nous avons présentée peut également valider la théorie des concessions (plus le solliciteur fait de concession, plus le sujet subit de pression à faire une concession à son tour). On ne peut donc se satisfaire de cette seule recherche pour valider une hypothèse en termes de contraste. D'autre part, dans d'autres recherches, l'échec de la Porte-dans-le-Nez est incompatible avec une théorie en termes de contraste. On image mal, en effet, pourquoi le contraste ne se produit pas lorsque le solliciteur n'est plus la même personne (Cialdini *et al.*, 1975, expérience 2). L'appréciation de la différence de coût entre les deux requêtes ne peut être sensible à une telle variable puisque le contraste est fondé uniquement sur les requêtes et non sur le solliciteur.

2.4.3 La théorie de la culpabilité

Cette théorie est la plus récente qui ait été avancée dans la littérature pour expliquer l'effet de la Porte-dans-le-Nez (O'Keefe et Figge, 1997). Nous aurons l'occasion de parler de ce mécanisme dans le chapitre suivant. Cette théorie s'est fondée sur les limites observées des autres théories explicatives à l'effet de la Porte-dans-le-Nez. Selon ces auteurs, rejeter la première requête susciterait de la culpabilité chez le sujet, ce qui en retour le conduirait à accepter la seconde afin de réduire cette culpabilité. Aussi, lorsque l'effet de la Porte-dans-le-Nez n'est pas obtenu, cela peut provenir de ce que le rejet de la requête initiale n'est pas suffisamment culpabilisant ou que l'acceptation de la seconde requête ne susciterait pas assez de réduction de culpabilité. Augmenter la culpabilité doit donc conduire à renforcer l'efficacité de la Porte-dans-le-Nez. De la même manière, une action sur la réduction de la culpabilité liée à l'acceptation de la seconde requête doit permettre d'augmenter également l'effet de la Porte-dans-le-Nez. Il est à noter que cette théorie ne dispose pas encore d'une forte validation empirique et, surtout, est fondée sur l'analyse des recherches antérieures publiées sur la Porte-dans-le-Nez. On va voir que de nombreux arguments en faveur de cette théorie sont les mêmes que ceux utilisés pour expliquer l'effet de cette technique en termes de concessions réciproques. Par exemple, l'augmentation de l'efficacité de la technique liée à l'accroissement de l'intervalle temporel est compatible avec une telle explication en termes de culpabilité. La culpabilité tend à se dissiper au fur et à mesure que le temps passe. Le fait que l'efficacité de la Porte-dans-le-Nez soit maximum si les deux requêtes sont formu-

lées par la même personne est également compatible avec une théorie de la culpabilité. Le sujet a l'occasion de réduire sa culpabilité en satisfaisant la demande d'une personne qui a été personnellement lésée. Enfin, on a vu que l'efficacité de la Porte-dans-le-Nez est surtout observée avec des sollicitations de nature pro-sociale. Or, la culpabilité a d'autant plus de chances d'être suscitée que la demande est de type pro-social.

Comme on le voit, cette explication théorique est intéressante mais ne remet pas encore fondamentalement en question la théorie des concessions réciproques. Par contre, elle peut expliquer l'effet de la Porte-dans-le-Nez là où la théorie du contraste ne le permet pas (effet du changement de requêteur). Néanmoins, on peut penser que certaines limites à une théorie en termes de concessions réciproques ne sont pas entièrement levées par cette nouvelle explication. Par exemple, nous avons montré ci-dessus qu'une recherche d'Abrahams et Bell (1994) a montré que si le solliciteur insistait sur l'importance de la requête préparatoire (avoir des bénévoles pour une association humanitaire) et qu'il demandait ensuite au sujet de l'aider d'une autre manière, cela ne conduisait pas à plus d'aide que si le solliciteur n'insistait pas. Or, souligner l'importance de la requête devrait logiquement susciter plus de culpabilité et donc, en retour, augmenter l'aide. Bien entendu, l'absence d'effet peut être imputable au fait que, dans les deux cas, on a produit autant de culpabilité. Toutefois, nous avons dit aussi qu'il est possible que la perception de la concession ait été la même dans les deux cas. On ne résout donc pas le problème. D'un autre côté, cette théorie peut servir à expliquer comment l'effet de la Porte-dans-le-Nez s'observe même en condition de communication par ordinateur (voir la Porte-dans-le-Nez électronique). En effet, on peut générer de la culpabilité lorsque l'on refuse la première requête sur un site en faveur des enfants victimes de mines.

Cette théorie est donc intéressante mais réclame, à l'évidence, des travaux expérimentaux qui testeront directement ce concept. Ici, le recours à des requêtes culpabilisantes, à des comportements du solliciteur qui suscitent de la culpabilité (gestes de découragements intenses par exemple), à des mesures de la culpabilité ressentie après le refus de la requête… devra être fait pour tester réellement cette hypothèse.

Si, comme nous l'avons vu, plusieurs explications théoriques à l'effet de la technique de la Porte-dans-le-Nez existent, elles ne sont pas mutuellement exclusives. Plusieurs processus peuvent être activés ou un seul selon la nature de la requête, le délai, le type de sollicitation, etc. Cela a été mis en évidence dans le cas du Pied-dans-la-Porte (Burger, 1999) mais peut également être approprié pour la Porte-dans-le-Nez. Il est clair que de nouvelles expérimentations sont absolument nécessaires pour tenter de mettre au point un modèle théorique explicatif à ce phénomène d'influence étrange que constitue la Porte-dans-le-Nez.

2.5 Porte-dans-le-Nez ou Pied-dans-la-Porte : analyse de l’efficacité comparée

La question est souvent posée, lorsque l’on présente ces deux techniques, de savoir laquelle est la meilleure pour obtenir de la soumission. Il est difficile, en fait, de répondre à cette question. D’une part, on ne peut pas toujours faire de comparaison car les deux techniques ne sont pas applicables dans n’importe quel contexte. Ainsi, si un délai est nécessaire entre les deux requêtes, si on doit utiliser des expérimentateurs différents, il convient mieux d’utiliser un Pied-dans-la-Porte. Si on souhaite faire immédiatement succéder la requête cible après la formulation de la requête préparatoire, il conviendra mieux d’utiliser une Porte-dans-le-Nez. D’autre part, il existe peu de recherches comparatives sur les deux techniques et, souvent, le contexte ne permet pas réellement de les apprécier. Une recherche de Cialdini et Ascani (1976) déjà évoquée précédemment a ainsi montré que pour obtenir des dons de sang, la Porte-dans-le-Nez était plus efficace que le Pied-dans-la-Porte mais uniquement en mesure comportementale (personnes effectivement venues) alors qu’aucune différence n’était observée en intention. Toutefois, même si c’est le comportement effectif qui compte dans cette recherche, la Porte-dans-le-Nez n’a pas été plus efficace que la condition contrôle. On ne peut donc pas conclure à une réelle surefficacité d’une méthode par rapport à l’autre puisqu’il n’y avait pas de différence avec la condition contrôle. Dillard, Hunter et Burgoon (1984), plutôt que de comparer les recherches une à une, ont essayé de voir si un facteur pouvait différencier les deux techniques en termes d’efficacité. Leur conclusion est que les deux techniques fonctionnent de la même manière. Il semble toutefois y avoir un critère qui les différencie : le taux d’acceptation de la requête en condition contrôle. À l’aide d’une analyse de régression, ces chercheurs montreront que lorsque le taux de soumission en contrôle est faible (– de 35 %), la technique du Pied-dans-la-Porte s’avère plus efficace que la Porte-dans-le-Nez. Lorsque le taux de soumission en condition contrôle est important (+ 55 %), l’inverse tend à se produire et la technique de la Porte-dans-le-Nez s’avère plus efficace. Bien entendu, il s’agit d’une analyse *a posteriori* et non d’une véritable expérimentation mais, cette analyse a été faite avec trente-trois expériences comparées, ce qui peut laisser à penser qu’une telle distinction est possible. Là encore, l’expérimentation s’avère nécessaire.

Comme on vient de le voir, il est difficile d’opposer les deux méthodes en termes d’efficacité et plutôt que de dire que l’une est meilleure que l’autre, il vaut mieux dire, en fait, que cela dépend de facteurs liés à la requête, à la nature de l’interaction entre le solliciteur et la personne sollicitée. Loin de les opposer d’ailleurs, Goldman (1986) a même proposé une version combinée des deux techniques alors qu’il cherchait des volontaires pour remplir des enveloppes et les expédier afin d’obtenir des fonds pour une association de soutien pour le zoo de la ville. Dans une condition, il soumettait d’abord la

requête exorbitante comme pour une Porte-dans-le-Nez suivie de la petite requête comme pour un Pied-dans-la-Porte et, enfin, la requête finale. Les résultats montreront que 57 % des sujets ont accédé à la requête finale en condition de Porte-dans-le-Nez/Pied-dans-la-Porte combinés contre 42 % en condition de Porte-dans-le-Nez seule, 46 % en condition de Pied-dans-la-Porte seule et 22 % en condition contrôle. Ici, la superposition des deux techniques a conduit à plus de soumission. Il est donc difficile de trancher sur l'efficacité respective des deux techniques notamment lorsque l'on voit que leur combinaison produit un effet additionnel sur la soumission. L'appréciation des conditions méthodologiques est, semble-t-il, un critère important dans le choix de la technique.

3 L'ENGAGEMENT : « SI TU FAIS, TU REFERAS »

« Je m'engage » : tel est le serment signé de la main, par son rédacteur, du programme de Lionel Jospin candidat aux élections présidentielles de 2002. Cet étonnant libellé n'aura pas manqué, à son époque, de faire couler l'encre. « Encore des promesses » pourraient dire certains. Non serais-je tenté de répondre car, avec un tel titre, certaines conditions présidant à l'accomplissement des promesses électorales (économiques, sociales, sécuritaires, etc.) contenues dans ce programme, commençaient à être réunies[1]. Faire commence déjà par l'engagement de faire. Ajoutez à cela que si vous signez cet engagement, que vous l'adressez à plusieurs dizaines de millions de personnes dont certaines n'auront de cesse de vous rappeler ces engagements, vous venez d'activer des forces qui vous inciteront à respecter ces engagements.

Selon Kiesler (1971), l'engagement serait le lien qui unit l'individu à ses actes. De fait, en s'engageant, même verbalement, on active une pression de nature psychologique qui nous conduira à tenter d'accomplir ce à quoi on s'est engagé. Il en va de même des actes que nous avons commencés à accomplir. « Comme on fait son lit, on se couche », « On finit toujours ce que l'on a commencé », « Fais ce que tu dis ». Ces propos qui relèvent peut-

1. C'est également l'avis d'Éric Dupin dans son éditorial du supplément spécial élections 2002 du journal *Le Monde*, du jeudi 11 avril 2002. Ce journaliste estime en effet que « l'orientation des campagnes pèse beaucoup plus lourd qu'on ne le croit d'ordinaire sur les politiques publiques ensuite effectivement menées ». Éric Dupin mentionne d'ailleurs plusieurs exemples traduisant le respect, parfois à l'extrême, de ces volontés affichées préalablement à l'élection par les candidats élus.

être du café de commerce sont des expressions consacrées qui résument à elles seules ce sur quoi repose l'engagement : 1) la promesse de faire 2) le fait d'avoir commencé à faire. Aussi triviaux que paraissent de tels propos et aussi simpliste que peut apparaître l'engagement – qui semble ici ressembler beaucoup à la méthode Coué – nous allons voir que, pour peu que l'on analyse et que l'on respecte bien les déterminants qui favorisent l'engagement, nous disposons là de l'une des méthodes d'influence psychosociale la plus puissante pour conduire un individu à émettre un comportement que nous attendons de sa part.

3.1 Être engagé à faire, c'est… s'engager à faire

Nous avons très rapidement dit que l'engagement, c'est le lien qui unit l'individu à son acte. Énoncée de cette manière, sans démonstration empirique de l'existence même d'un tel lien, on peut avoir du mal à comprendre ce qui se cache derrière cette théorie. Cela devient encore plus complexe lorsque l'engagement porte sur une intention extorquée sans que le sujet soit d'accord. Dans ce cas, on peut s'attendre à ce que la personne, tout au contraire, ne fasse pas ou fasse mal ce qu'on attend d'elle. Or, ce n'est pas ce qui est observé. Nous allons voir qu'un acte préparatoire ou la production d'un comportement initial n'est pas une condition requise à la production d'un comportement subséquent. Une intention de comportement peut suffire, et une intention implicite, n'émanant pas du sujet lui-même, peut aussi devenir engageante.

La recherche de Moriarty (1975), qui sert souvent de point d'appui empirique aux travaux sur l'engagement, illustre parfaitement cette efficacité de l'engagement lorsque celui-ci est littéralement extorqué au sujet. Dans sa première expérience, Moriarty (*op. cit.*) a utilisé, à leur insu, des baigneurs sur une plage. Un premier compère plaçait sa serviette sur le sable à 1,50 mètre du sujet, s'allongeait et branchait une radio portable. Après deux minutes, il se levait et s'entretenait avec le sujet. En situation d'engagement, il lui disait qu'il devait retourner sur la route du bord de plage pour quelques minutes et demandait au sujet de jeter un coup d'œil sur ses affaires. En situation de non-engagement, ce compère, avec une cigarette, disait au sujet qu'il était seul et qu'il n'avait rien sur lui et demandait au sujet s'il avait du feu. Puis, dans les deux situations, ce compère s'éloignait vers le bord de plage. Quelques minutes plus tard, un second compère s'approchait de l'emplacement où se trouvait le premier compère, s'arrêtait et prenait la radio. Il s'en allait ensuite avec celle-ci sous le bras dans une direction opposée à celle prise par le premier compère. On mesurait alors la réaction des personnes. Les résultats qui furent observés sont présentés dans la figure 2.3 ci-contre.



Figure 2.3

Taux d'intervention des hommes et des femmes selon la condition expérimentale

Les résultats sont ici d'une éloquence rare. Lorsque les sujets ont été préalablement engagés à surveiller les affaires, la quasi-totalité d'entre eux empêche le voleur d'intervenir. On voit que c'est également le cas pour les femmes alors que le compère-voleur était un homme et qu'un tel acte n'est pas évident à produire en raison des risques potentiels que cela peut supposer.

Une seconde recherche de cet auteur menée dans un restaurant où, cette fois, une jeune femme demandait à des clients de jeter un coup d'œil sur un sac de luxe, confirmera ces résultats : 100 % des sujets sont intervenus en condition d'engagement de surveillance contre 12.5 % en condition contrôle. Ici encore, le taux d'intervention est extrêmement élevé et a été observé dans de nombreuses réplications de cette expérience (Harris et Samerotte, 1976 ; Schwarz, Jennings, Petrillo et Kidd, 1980 ; Shaffer, Rogel et Hendrick, 1975 ; Stewart et Cannon, 1977). On observe également le même effet dans une situation moins problématique. Ainsi, Guéguen, Pascual et Lader (sous presse) ont demandé à un compère, à la caisse d'un supermarché, de solliciter des sujets afin qu'ils surveillent son chariot sous prétexte d'un oubli de produits. Quelques secondes plus tard, un second compère qui attendait derrière ce chariot laissé seul, décidait de se placer devant pour gagner une place et ne pas attendre inutilement. Les résultats confirmeront largement ceux de Moriarty : les sujets sont intervenus dans 95 % des cas en situation d'engagement contre 15 % des cas lorsqu'aucun engagement préalable n'avait été sollicité. La quasi-totalité des sujets est intervenue ici alors que l'acte du second compère n'était pas problématique et était même légitime. Il semble donc que, en se voyant, malgré lui, engagé à surveiller les affaires de la personne, le sujet se soit trouvé dans un schéma de responsabilité totale à l'égard de tout ce qui pouvait survenir au chariot de notre compère. Le

simple fait de la voir privée de son emplacement dans la file d'attente en caisse – ce qui est loin de correspondre à un vol – serait encapsulé dans ce registre des comportements de surveillance.

Les résultats de ces expériences et notamment celles de Moriarty (1975) apparaissent extraordinaires d'une part parce que le taux d'intervention en condition d'engagement est très élevé : la presque totalité des personnes intervient ; d'autre part, parce que l'on sait que le taux de personnes qui dénoncent ou tentent d'arrêter un voleur est généralement extrêmement faible (Bickman, 1975 ; Gefland, Hartman, Walder et Page, 1973 ; Guéguen et Pascual, 2002). Enfin, on sait que les sujets ne sont pas clairvoyants sur leur fonctionnement en situation réelle. Shaffer, Rogel et Hendrick (1975), dans le cas d'un jeu de rôle, ont mesuré le comportement des sujets dans une situation avec ou sans engagement. Dans ces circonstances, la quasi-totalité des personnes en condition contrôle est intervenue alors qu'en condition réelle, on voit bien que ce taux est bas.

Qu'un simple engagement, extorqué sans que le sujet ait véritablement son mot à dire, produise de tels effets atteste de la pression et du pouvoir d'influence de cette technique. Toutefois, dans ce type de recherche, il est difficile d'assimiler l'engagement à l'acte accompli par le sujet puisque, en l'espèce, aucun acte préparatoire n'existe. De plus, l'engagement est extorqué sans que le sujet puisse véritablement décider par lui-même de s'engager à accomplir ce que l'on attend de lui. Le plus surprenant est qu'une sollicitation, produite sous cette forme, ne suscite pas de réactance de la part du sujet en raison de l'effet de contrainte que suppose une telle requête : réactance qui, logiquement, devrait aboutir aux effets inverses que ceux que l'on a pu observer dans les recherches précitées (Brehm, 1966). Il est donc vraisemblable, comme le pense Bournonville (2000), que la requête engageante (ici surveiller les affaires) active des cognitions qui lient l'individu au solliciteur de la requête.

3.2 Responsabilité de l'engagement ou engagement à la responsabilité ?

On peut donc dire, à la lecture des résultats des expériences présentées ci-dessus, que l'engagement à faire est un puissant vecteur d'induction du comportement. Toutefois, certaines recherches montrent que ce n'est pas l'engagement seul qui explique un tel changement dans le comportement d'intervention des personnes. Ainsi, Schwarz, Jennings, Petrillo et Kidd (1980) ont répliqué le paradigme de Moriarty dans une bibliothèque mais ont également utilisé une troisième situation où un sujet s'engageait auprès d'un compère qui, lui-même, prétendait surveiller les affaires d'une personne. Comme ce compère disait devoir s'absenter pour aller en cours, il demandait

donc au compère de prendre le relais et de surveiller les affaires. Quelques minutes plus tard, un second compère volait une calculatrice restée sur la table. Les résultats qui ont été obtenus sont présentés dans le tableau 2.15 ci-dessous. Comme précédemment, le taux d'intervention du sujet a été mesuré mais, fait nouveau, la latence de son intervention, c'est-à-dire le temps mis pour arrêter le voleur, a également fait l'objet d'une mesure par déclenchement d'un chronomètre dont la gestion était assurée par un discret observateur. Bien entendu, ce temps n'était mesuré qu'auprès des sujets qui sont intervenus.

	Engagement victime	Engagement délégué	Pas d'engagement
Taux d'intervention (en %)	100.0	60.0	40.0
Latence de l'intervention (en secondes)	2.70	31.72	42.02

Tableau 2.15

Taux d'intervention et latence de l'intervention selon les conditions expérimentales

Si on réplique les résultats classiques de Moriarty, on observe également que les sujets, en condition d'engagement délégué, sont moins intervenus pour empêcher le vol que dans une situation où l'engagement à surveiller était formulé par la victime. En outre, la latence du temps de réaction a augmenté drastiquement dans cette condition par rapport à celle d'engagement direct où l'on peut voir que la réaction est quasiment immédiate. On voit bien qu'il y a une profonde analyse de la situation en condition d'engagement délégué qui vraisemblablement, altère, au bout d'un moment, la capacité d'intervention du sujet.

3.2.1 Être engagé, c'est être responsable

Il semble donc que ce n'est pas l'engagement de surveillance qui explique l'intervention du sujet mais bien un engagement envers une personne déterminée (ici la victime du vol). Il est donc vraisemblable que c'est lorsque la responsabilité directe du sujet est engagée que l'engagement prend toute sa force d'influence et détermine ainsi le comportement d'intervention du sujet. Dans la recherche de Schwartz *et al.* (*op. cit.*), on est en droit de penser que si le sujet n'a pas fourni le même type de réponse comportementale à l'égard du voleur en condition d'engagement délégué, c'est parce qu'il y a eu dilution de sa responsabilité à intervenir. Or, de nombreux travaux sur l'aide à autrui ont montré, et notamment dans des situations d'urgence, que cet effet de diffusion de responsabilité inhibe le comportement d'intervention ou

d'assistance à autrui (Latané et Darley, 1970). Cette diffusion de responsabilité est obtenue de multiples manières. On sait que la simple présence d'autrui contribue à diminuer le taux d'aide que l'on est susceptible d'apporter à quelqu'un (Hurley et Allen, 1974). En outre, une relation linéaire négative entre le taux d'aide et le nombre de personnes est généralement observée (Latané et Darley, *op. cit.*). L'absence de sollicitation directe de la part de la personne nécessiteuse contribue également à diminuer ce taux d'aide (Goldman, Broll et Carril, 1983). L'inférence selon laquelle le sujet a une part de responsabilité dans ce qui arrive à la victime intervient également sur le taux d'aide. Ainsi, Samerotte et Harris (1976) ont montré que si un compère faisait croire à un passant, à l'aide d'une simple phrase faussement attribuée, qu'il avait une certaine responsabilité dans le fait que le compère avait fait tomber des enveloppes par terre, cela suffisait pour doubler le taux d'aide à la prétendue victime. La simple inférence selon laquelle le sujet estime être le seul à pouvoir produire la réponse adéquate accroît également sa responsabilité et donc une réponse d'intervention subséquente. Ross (1971) a montré qu'un adulte en présence de deux autres compères ayant pour consigne de ne rien faire, n'intervient pas lorsque de la fumée entre dans la pièce où il se trouve ou lorsqu'un ouvrier mime une chute grave dans une pièce adjacente. Lorsqu'il est seul, le sujet intervient dans la totalité des cas. Or, ce n'est pas simplement la présence d'autrui qui inhibe cette fonction puisque, lorsque le sujet est en présence de deux enfants qui ont également pour consigne de ne rien faire, il intervient. En outre, la latence de son intervention diminue. Il semble donc que si les circonstances renforcent sa responsabilité personnelle à intervenir – ici la présence d'enfants qui ne peuvent savoir ce qu'il convient de faire en pareille circonstance – cela conduit à faciliter l'émission du comportement nécessaire à une telle situation. Aussi, dans la recherche sur l'engagement délégué de Schwarz, Jennings, Petrillo et Kidd (1980), on peut penser que le plus faible taux d'intervention face au voleur procède de ce sentiment moins fort de responsabilité personnelle du sujet à intervenir. De plus, dans la recherche de ces auteurs, on a bien observé une latence plus importante de la réponse comportementale en condition d'engagement délégué qu'en condition d'engagement direct. Il semble donc que ce travail d'évaluation de la responsabilité nécessite un temps de traitement et d'évaluation plus long qui vient, encore une fois, réduire la probabilité d'émettre le comportement adéquat en pareille circonstance.

À notre connaissance, seule une recherche a tenté d'évaluer l'hypothèse d'activation de la responsabilité en situation d'engagement. De plus, cette recherche présente l'avantage d'avoir employé le paradigme de Moriarty. Shaffer, Rogel et Hendrick (1975) demandaient à un compère de s'installer devant un étudiant assis à une table de bibliothèque. Au bout de deux minutes, le compère s'en allait en laissant ses affaires sur place. Dans la moitié des cas, il demandait à l'étudiant de bien vouloir surveiller ses affaires. Quel-

ques minutes après, un second compère s'installait à côté de la place laissée vacante par le premier compère et entreprenait de fouiller ses affaires et de voler ouvertement un billet dans le portefeuille de ce dernier ou une montre de poche laissée là. Son vol accompli, ce second compère s'en allait en ayant au préalable regardé le sujet dans les yeux. Comme dans la plupart des recherches, on observera un taux d'intervention plus important en condition d'engagement (67 %) qu'en condition contrôle où, cette fois, aucun contact préalable entre la victime et le sujet n'avait eu lieu (13 %). Lorsque le sujet n'était pas intervenu, le premier compère revenait et mimait alors un profond désarroi en constatant le vol. Il demandait alors au sujet s'il avait remarqué quelque chose. Si celui-ci répondait par l'affirmative, le compère lui demandait par où était parti le voleur, comment était-il, etc. Ici encore, on observera que, en condition d'engagement, l'aide fournie à la victime par les sujets qui n'étaient pas intervenus initialement, était plus prononcée qu'en condition contrôle. Le plus intéressant dans cette recherche a été la mesure de la responsabilité ressentie par le sujet et qui faisait l'objet d'une évaluation après que les faits se sont déroulés. Les résultats montreront que les sujets non intervenus en condition d'engagement s'estimaient plus responsables de ce qui arrivait à la victime et s'estimaient plus négligents de ne pas être intervenus qu'en condition contrôle. Cette responsabilité semble corroborée par le comportement des sujets, puisqu'une évaluation de leur comportement par la méthode des juges-observateurs situés à une dizaine de mètres de la scène, a montré qu'en condition d'engagement, 100 % des sujets ont été attentifs aux agissements du voleur contre 79 % en condition contrôle. En outre, parmi les sujets qui ne sont pas intervenus, les observateurs ont estimé qu'il y avait, en condition d'engagement, plus de volonté manifeste à intervenir même si le comportement explicite d'intervention n'a pas été produit par ces sujets.

Il semble donc avéré, dans cette recherche, que l'engagement active un sentiment de responsabilité de la part du sujet. Une seconde expérience de Shaffer, Rogel et Hendrick (1975) confirmera cet effet : en condition d'engagement, les sujets s'auto-estimaient plus responsables de ce qui pourrait arriver à la victime s'ils n'intervenaient pas. De plus, dans cette seconde expérience, les auteurs avaient introduit une condition dans laquelle un troisième compère était assis à proximité du sujet et devenait, du coup, spectateur du vol. Celui-ci avait pour consigne de mimer la passivité. Dans cette condition, les résultats montreront une baisse du taux d'intervention du sujet en condition d'engagement tandis qu'une baisse de la responsabilité auto-évaluée sera également enregistrée comparativement à la situation d'engagement où le sujet était seul spectateur de la scène. Ces deux expériences sont, à notre connaissance, les seules à avoir testé l'hypothèse d'une activation et d'une diffusion de responsabilité en condition d'engagement lié à un comportement de surveillance. Les résultats obtenus attestent que les variables expérimentales manipulées (engagement et diffusion de responsabilité)

se traduisent bien par des auto-évaluations de responsabilité qui varient selon les conditions. Lorsque le sujet est le seul à pouvoir agir et qu'il y a eu engagement préalable, ce niveau de responsabilité apparaît comme étant presque deux fois plus élevé qu'en condition contrôle. Il est donc vraisemblable que cette norme de responsabilité (Latané et Darley, 1970) soit activée par la requête d'engagement formulée par la victime et que cette responsabilité explique, par la suite, le comportement d'intervention du sujet lorsque le vol survient.

La norme de responsabilité activée par la technique d'influence renforcerait l'idée que le sujet est le seul à pouvoir aider le solliciteur, ce qui conduirait à augmenter l'aide que le sujet serait en mesure de lui apporter. En outre, on sait que la norme de responsabilité activée conduit, si cette responsabilité est prise en défaut, à augmenter l'aide consentie, par la suite, au solliciteur. Ainsi, Harris et Samerotte (1976) ont montré que si le sujet n'avait pas remarqué qu'un vol avait lieu, il se soumettait plus volontiers, en condition d'engagement, à une requête ultérieure de demande d'argent émanant de la victime. De plus, le montant des dons qu'il accordait à la victime était, dès lors, plus substantiel.

3.2.2 La persistance de l'engagement

La puissance d'influence de l'engagement est également contenue dans sa persistance temporelle : on s'engage et on s'engage durablement. Ainsi, une recherche de Joule (1994) a montré que des chômeurs de longue durée mis en situation engageante dans le cadre d'une formation, se montraient plus motivés, plus impliqués dans cette formation. Toutefois, après que cette formation a cessé, et donc après que la situation engageante a été interrompue, on a pu observer que l'implication, la motivation des personnes persistait et se traduisait par des comportements en lien avec cette implication initiale suscitée par l'engagement. Castra (1995) a observé une meilleure insertion chez des sujets (des jeunes à faible niveau de qualification) placés dans un tel dispositif d'engagement dans la formation. De fait, si cet effet durable de l'engagement s'observe, on peut penser qu'il en va de même de la responsabilité activée par un tel engagement. Du coup, cela devrait donc conduire le sujet à plus se préoccuper de ce qu'il advient à la personne qui l'a engagé et cela même si l'engagement est levé. Une recherche récente de Guéguen et Triffaut (2002) a testé cet effet de persistance d'un engagement initial devenu caduque et a également testé l'impact du temps sur cet engagement. Leur recherche s'est déroulée dans des trains régionaux où un compère venait s'asseoir en face d'un sujet sur une banquette et se mettait à lire une revue. En condition d'engagement différé, à peine le compère s'était-il installé, qu'il se levait et disait au sujet : « Je vais aux toilettes, vous pouvez jeter un coup d'œil sur mes affaires ? Merci. » Sans attendre de réponse de la part du sujet, le compère se dirigeait alors vers les toilettes situées en bout de

voiture et s'y enfermait deux minutes. Au terme de ce délai, il revenait à sa place et s'asseyait sans échange verbal ni non verbal avec le sujet. Il entreprenait alors de reprendre la lecture de sa revue. En condition d'engagement récent, le compère procédait exactement de la même manière mais il ne se rendait aux toilettes que cinq minutes avant l'arrêt en gare. Enfin, en condition contrôle, à peine installé, le compère établissait une courte interaction avec le sujet en lui demandant l'heure. Par la suite, il procédait comme précédemment. Il se levait au bout de quelques minutes puis se rendait aux toilettes et revenait s'asseoir après deux minutes. Bien entendu, ici, le compère n'avait pas demandé au sujet de surveiller ses affaires pendant ce temps. Lorsque le train arrivait en gare, le compère se levait, rassemblait ses affaires et s'en allait en « oubliant » sa revue sur son siège. On évaluait si la personne indiquait ou pas au compère cet oubli. Les résultats de ces taux d'intervention sont présentés dans la figure 2.4 ci-dessous.

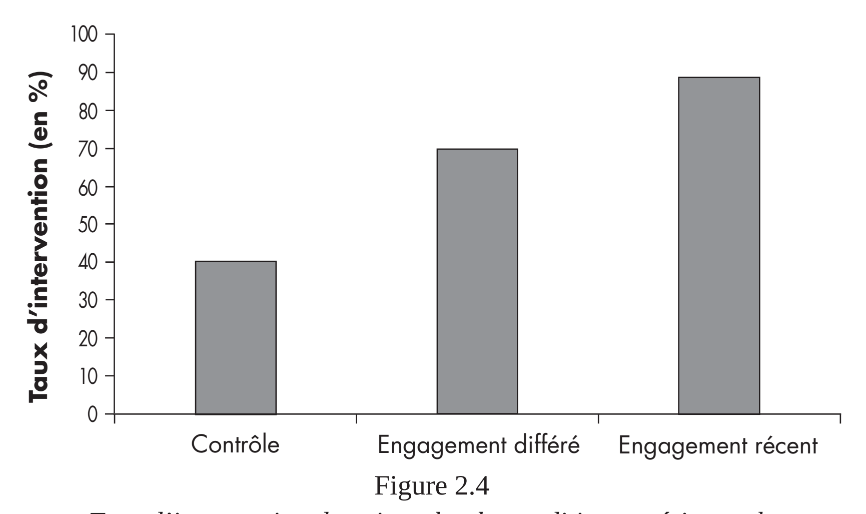


Figure 2.4

Taux d'intervention du sujet selon la condition expérimentale

Comme on peut le voir, il y a bien un effet de persistance de l'engagement. Il n'y a plus de vol à craindre, le compère est revenu et, pourtant, il semble que le sujet ait été plus attentif à l'égard des affaires du compère puisqu'il a signalé, plus souvent, l'oubli de la revue. On remarquera d'ailleurs que ce taux intervention est d'autant plus élevé que l'engagement a été formulé quelques minutes avant que le compère ne s'en aille.

Bien entendu, en raison de la difficulté de mise en place d'une telle expérience, il était difficile de mesurer le niveau de responsabilité des sujets. Aussi, une évaluation a été faite par des étudiants auxquels le scénario de l'expérience était présenté sans, toutefois, que les résultats soient présentés. On leur demandait ainsi de se mettre à la place du sujet et d'estimer leur niveau de responsabilité et de négligence à l'égard de ce qui arrivait au compère et d'estimer également le niveau de responsabilité personnelle et de

négligence du compère. Les résultats obtenus sont présentés dans le tableau 2.16 ci-dessous.

	Engagement	Contrôle
Responsabilité du sujet pour l'oubli de la revue	2.46	1.74
Négligence du sujet pour ne pas avoir jeté un coup d'œil	3.07	2.14
Responsabilité du sujet pour surveiller les affaires	3.36	2.13
Responsabilité de la victime pour l'oubli de la revue	6.39	6.89
Négligence de la victime pour ne pas avoir jeté un coup d'œil à ses affaires	6.00	7.26

Tableau 2.16

Moyenne des évaluations selon le type de scénario (scores supérieurs = accentuation de la dimension mesurée)

Exception faite de la mesure de la responsabilité de la victime, les différences entre les deux groupes sont toutes statistiquement significatives. On remarque que le niveau de responsabilité et de négligence que le sujet s'auto-attribue est faible (9 était la valeur maximum) tandis qu'il est plus élevé dans le cas où on attribue ces dimensions au compère. Il semble donc que les sujets responsabilisent plus le compère que l'observateur de la scène. Toutefois, les sujets s'attribuent moins de responsabilité et de négligence et en attribuent plus au compère en condition contrôle. Il apparaît donc qu'ils sont en mesure de percevoir le niveau de responsabilité qu'entraîne l'engagement initial qui, vraisemblablement, les conduit à différencier leurs évaluations par rapport au groupe contrôle. Cela va donc dans le sens d'un effet de persistance de cette responsabilité qui semble se traduire, au niveau comportemental, par plus d'intervention de la part des sujets.

Baer, Goldman et Juhnke (1976) ont confirmé ces effets dans une expérience originale testant cet effet d'induction d'une responsabilité préalable par un acte engageant. Leur expérience impliquait trois compères qui se trouvaient dans un ascenseur au moment où un sujet rentrait. Le premier compère demandait au sujet s'il savait quel jour on était. Puis, après avoir reçu l'information, il le remerciait. Quelques instants plus tard, le premier compère demandait à un second si l'ascenseur allait au dernier étage. Ce deuxième compère répondait « oui » alors que son information était fausse. Dans une autre condition, le premier compère demandait la date au sujet mais c'était le troisième compère qui demandait au second l'étage d'arrêt de

l'ascenseur. Enfin, en condition contrôle, l'interaction préalable entre le premier compère et le sujet n'avait pas lieu. Dans cette recherche on mesurait à quel point le sujet intervenait pour rectifier l'information fausse donnée par le second compère. Les résultats montreront que 70 % des sujets ont rectifié l'information lorsque c'était le premier compère qui demandait l'information sur l'étage contre 35 % lorsqu'il s'agissait du troisième. Enfin, en condition contrôle, l'information sera rectifiée dans 33 % des cas. Ici encore, l'activation d'une responsabilité préalable à aider autrui produit un effet de persistance qui conduit à faciliter une aide ultérieure spontanée.

Dans l'ensemble, les travaux que nous venons de présenter montrent que l'engagement a une propriété d'activation de la responsabilité personnelle du sujet à accomplir l'acte qui lui est demandé et il semble que cette responsabilité explique bien son comportement ultérieur. Indépendamment du contexte de l'engagement, on sait que plus on augmente ce sentiment de responsabilité personnelle, plus on tend à accroître le comportement d'aide (Ross, 1971). De fait, cette responsabilité pourrait bien être ce qui lie l'individu à son acte car en augmentant ainsi l'implication du sujet par la médiation de l'engagement, il est logique d'observer à la fois une augmentation de la production de l'acte et un effet de persistance de celui-ci dans le temps. Bien entendu, cet effet ne se limite pas aux seuls engagements à surveiller les affaires d'autrui. Nous allons voir, dans la partie qui va suivre, que les effets de l'engagement s'observent pour nombre de comportements. Il est toutefois vraisemblable que, dans de nombreux cas, cette médiation par la responsabilité personnelle explique les effets obtenus.

3.3 Avoir l'intention de faire suffit déjà même lorsque l'on n'avait pas d'intention : l'efficacité engageante des auto-prédictions extorquées

Une intention de faire suffit-elle pour qu'on fasse ce que l'on a dit ? Oui et non me direz-vous, car cela peut dépendre de ce qui survient par la suite. En fait, il est difficile de savoir. Si on posait la question plus précisément sous cette forme : « Entre quelqu'un qui dit qu'il a l'intention de faire et quelqu'un qui ne dit rien, quel est celui qui fera ? » Assurément, là vous allez dire que c'est celui qui dit qu'il a l'intention de faire qui le fera. En effet, s'il le dit, c'est peut-être parce qu'il en a plus l'intention, qu'il a une plus forte motivation qui le conduit à le dire donc une plus forte motivation à le faire.

Maintenant, si on vous dit que quelqu'un n'avait pas l'intention de faire mais qu'on lui demande s'il a l'intention de faire quelque chose. Le fera-t-il ? Là, vous allez dire « non » puisqu'il n'avait pas l'intention. Certains chercheurs, tout au contraire, vous répondront par l'affirmative. La personne n'avait peut-être pas l'intention de faire mais en activant cette intention, vous

avez fait en sorte qu'elle se traduise par un acte. En fait, la simple évocation de la possible production d'un comportement suffit pour qu'il se produise.

Sherman (1980) estimait que le fait de demander aux gens de prédire leurs comportements conduirait à accroître la probabilité que ces comportements soient produits. Cette auto-prédiction constituerait, pour le sujet, une forme de représentation cognitive de l'action qui faciliterait la production de celle-ci par la suite. Poussé plus loin, ce raisonnement voudrait que si l'on exhorte des personnes à parler de ce qu'elles pourraient faire, cela devrait conduire un certain nombre à le faire et cela dans des proportions supérieures à celles qui étaient dans le même état intentionnel mais que l'on n'a pas exhorté à parler de ces intentions.

Afin de vérifier cet effet de l'auto-prédiction, Greenwald, Carnot, Beach et Young (1988) ont sollicité des étudiants à la veille d'élections présidentielles aux États-Unis. L'expérience s'est déroulée durant la campagne présidentielle américaine où Ronald Reagan se représentait. Les sujets étaient contactés par téléphone par des expérimentateurs pendant les derniers jours avant les inscriptions sur les listes électorales. L'expérimentateur disait être un étudiant faisant une enquête sur les élections et demandait au sujet s'il accepterait de participer. Après son accord, on lui demandait son nom. Puis l'expérimentateur demandait s'il savait où s'inscrire pour voter et quand avait lieu la fin des inscriptions sur les listes électorales. En condition expérimentale, on demandait au sujet ce qu'il avait l'intention de faire entre « maintenant et la date de clôture des inscriptions sur les registres électoraux » et s'il pensait qu'il « s'inscrirait pour aller voter ou pas ». En condition contrôle, ces deux dernières questions n'étaient pas posées au sujet. L'enregistrement était ensuite vérifié par consultation des registres.

Les résultats montreront que le fait d'avoir fait dire aux sujets qu'ils iraient s'inscrire a suffi pour augmenter le taux de personnes qui se sont effectivement inscrites (21 %) comparativement à celles auprès desquelles une telle intention n'a pas été sollicitée (9 %). Il semble donc que faire énoncer une intention suffit pour augmenter le nombre de personnes qui traduiront cette intention en acte.

Une seconde expérience de Greenwald et ses collaborateurs montrera le même effet sur le vote. Le contact s'effectuait comme pour l'expérience précédente et avait lieu la veille des élections. On demandait au sujet s'il savait où se trouvait son bureau de vote et s'il savait à quelle heure ouvrait ce bureau le jour des élections. En condition expérimentale, on lui demandait ce qu'il avait l'intention de faire entre « maintenant et l'heure de la clôture du bureau de vote le lendemain » et s'il pensait qu'il « irait voter ou pas ». En condition contrôle, ces deux dernières questions n'étaient pas posées. Comme précédemment, on vérifiait qu'il y avait eu vote par consultation des registres. On observera que 87 % des sujets en condition expérimentale sont allés voter contre 62 % en condition contrôle. Ici encore, ce ne sont pas des

différences individuelles entre les groupes qui expliquent ces différences mais bien le fait que l'on ait activé des intentions explicitement dans un cas et pas dans l'autre alors que les intentions latentes se trouvaient dans des proportions proches dans les deux groupes.

3.4 L'auto-engagement : le piège de nos décisions personnelles

Jusqu'à présent, les travaux que nous avons présentés testaient l'effet d'engagements littéralement extorqués à des personnes. On vient de voir qu'il s'agit d'un puissant phénomène d'influence qui a une capacité de persistance et un spectre d'influence extrêmement puissant. On peut se demander s'il en va de même de nos propres engagements. Spontanément, on peut penser que oui mais on sait aussi que, au cours de notre vie, il y a beaucoup de choses que nous nous sommes engagées à faire et que nous n'avons jamais pu faire. Combien de fumeurs ont déjà décidé de fumer leur dernière cigarette sans pour autant y parvenir ? Maintenant, si nos actes initiaux conduisent à certaines catastrophes, allons-nous persister dans une décision initiale manifestement erronée ? Là, vous allez me dire que non. Le bon sens prend le dessus et nous allons tenter de rectifier les choses. Vous allez voir qu'un tel raisonnement, fondé sur le bon sens, est loin d'être le réflexe décisionnel le plus utilisé et que, tout au contraire, nous avons une tendance à maintenir nos décisions initiales même lorsque les conséquences sont négatives.

3.4.1 L'investissement à perte : l'Homo economicus n'existe pas lorsqu'il est engagé

Lorsque nous avons investi beaucoup d'argent dans quelque chose qui s'avère finalement ne pas rapporter, ne vaut-il pas mieux arrêter les frais ? Pour Arkes et Blumer (1985), le respect d'un modèle économique voudrait que nous arrêtions car si nous avons dépensé cinq millions, il faut mieux ne pas en dépenser cinq autres à perte. En respectant une théorie purement économique, nous perdrions cinq millions. En respectant une autre théorie, moins rationnelle, qui veut que l'on ne jette pas de l'argent par la fenêtre, nous serions conduits, au final, à perdre 10 millions. Cet effet de persistance des engagements initiaux a été appelé par ces auteurs le « *Sunk Cost* » que Joule et Beauvois (2002) ont traduit par le concept de « dépense gâchée ». En fait, le *Sunk Cost* caractérise une tendance du sujet à maintenir un investissement financier après un investissement initial. Cet investissement initial déterminerait les investissements ultérieurs même si les effets de l'investissement initial ne sont pas encourageants, positifs. Cet effet peut conduire à maintenir un projet alors qu'il s'avère avoir peu d'avantages, ce qui est en

contradiction avec une théorie économique qui veut qu'une décision soit fonction d'un rapport entre coûts et bénéfices d'une option. Mais voilà, est-ce la persistance d'un engagement ou la pure rationalité économique qui explique nos choix ? Afin de le savoir, Arkes et Blumer (1985) ont imaginé une série d'expérimentations destinées à tester cela. Pour ce faire, deux scénarii d'un projet d'investissement d'une compagnie fictive étaient présentés à deux groupes différents de sujets.

Le premier scénario était le suivant :

> En tant que président d'une compagnie aérienne militaire, vous avez investi 10 millions de dollars de l'argent de la compagnie dans un projet de recherche. L'objectif était de construire un avion qui ne puisse pas être détecté par les radars conventionnels. En d'autres mots, il s'agissait de construire ce que l'on appelle un avion furtif. Alors que le projet est déjà avancé à 90 %, une firme concurrente vient de lancer la production et la vente d'un autre avion furtif. Vous apprenez par des experts que cet avion est même plus rapide et plus économique que l'avion sur lequel votre firme travaille.
>
> La question est maintenant de savoir si vous allez investir les 10 % de votre fond de recherche pour faire aboutir votre projet d'avion furtif.

Le second scénario donné à un autre groupe était le suivant :

> En tant que président d'une compagnie aérienne militaire, vous avez reçu récemment une suggestion d'un de vos cadres du service développement. La suggestion est d'utiliser le dernier million de l'argent de la compagnie consacré à la recherche afin de construire un avion qui ne puisse pas être détecté par les radars conventionnels. En d'autres mots, il s'agirait de construire ce que l'on appelle un avion furtif. Cependant, une firme concurrente vient de lancer la production et la vente d'un autre avion furtif. Vous apprenez par des experts que cet avion est même plus rapide et plus économique que l'avion sur lequel votre firme pourrait travailler.
>
> La question est maintenant de savoir si vous allez investir le dernier million de dollars du fond de recherche qui vous reste pour faire aboutir ce projet d'avion furtif proposé par votre collaborateur.

Comme on peut le voir, sur le fond, le scénario fait état du même flop. Toutefois, dans le premier scénario, on sait combien a été investi au préalable alors que ce n'est pas le cas du second scénario. D'un poids de vue strictement économique, la décision ne doit se fonder que sur le dernier élément d'information : faut-il dépenser un million de dollars sur un projet qui est un flop ? Objectivement, les résultats devraient donc être les mêmes dans les deux groupes. Les résultats obtenus par Arkes et Blumer (1985) et qui sont présentés dans la figure 2.5 ci-contre présentent une tout autre configuration.

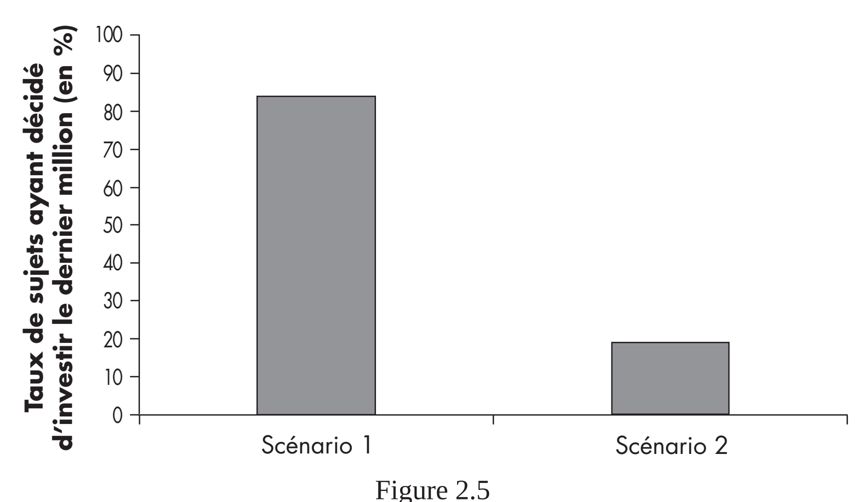


Figure 2.5
Taux de sujets décidant de l'investissement dans le projet selon le type de scénario

Si la logique économique est majoritairement celle qui a prévalu dans le cas du second scénario, ce n'est pas le cas dans le premier. Le fait de savoir que l'on a déjà investi au préalable conduit les sujets à estimer qu'il faut poursuivre, en pure perte, l'investissement. Renoncer ici rendrait intolérable l'idée que les investissements antérieurs n'ont servi à rien.

Bien entendu, l'expérience a été menée par des étudiants de lettres et sciences humaines et on pourrait arguer que le manque de connaissances en gestion et économie laisse la place à des processus de décision irrationnels. Aussi, afin de recourir à des situations plus habituelles pour le sujet, Arkes et Blumer (1985) ont conduit une autre expérimentation avec un scénario faisant référence à des événements plus conventionnels. Celui-ci était formulé de la manière suivante :

> Supposons que vous ayez dépensé, il y a plusieurs mois, 100 dollars pour l'achat d'un billet vous permettant de passer un week-end de neige dans le Michigan. Quelques semaines après, vous achetez 50 dollars un billet de réservation pour un week-end de ski dans le Wisconsin : week-end qui vous semble plus prometteur si vous en jugez par le programme. Alors que vous venez d'obtenir votre billet pour le Wisconsin, vous vous rendez compte, qu'il s'agit du même week-end que celui du week-end de neige dans le Michigan. Compte tenu des délais de remboursement, vous êtes dans l'impossibilité de vous faire échanger ou rembourser l'un ou l'autre des billets achetés.
>
> Vous êtes dans l'obligation maintenant de choisir l'une ou l'autre des destinations. Laquelle allez-vous prendre ?

Alors que la logique économique devrait conduire à privilégier le principe de plaisir (on perd la même somme d'argent alors autant avoir des bénéfices (le plaisir) les plus élevés) et donc la destination la plus attrayante (ici le

Wisconsin), les résultats montreront une tout autre configuration : 56 % des sujets ont opté pour le Michigan et, par conséquent, 44 % ont opté pour le Wisconsin. Plus de la moitié des sujets ont donc estimé qu'il valait mieux renoncer au maximum de plaisir pour se rendre à l'endroit le moins attrayant mais qui a coûté le plus cher. Pourtant, dans les deux cas, le coût total de l'opération est bien de 250 dollars. Il y a donc, ici, un maintien de l'investissement initial au risque de son propre déplaisir.

Bien entendu, dans de telles expériences, on pourra toujours rétorquer que le sujet n'est pas impliqué dans la tâche qu'on lui soumet, et comme il n'a aucune responsabilité, il reste sensible uniquement à la situation antérieure. On signalera toutefois que Arkes et Blumer (1985) ont repris le scénario de la compagnie aérienne présenté ci-dessus en demandant aux sujets d'estimer les probabilités de réussite du projet final. Ils observeront que les sujets ont attribué des chances de réussites plus importantes liées à l'investissement du dernier million de dollars lorsque neuf autres ont été déjà dépensés que dans la situation où il s'agit du seul investissement. On voit donc qu'il y a une importance extrême de l'information sur l'investissement initial. Cette information semble d'ailleurs essentielle puisqu'une recherche menée par Garland (1990) a montré que plus l'investissement initial à perte était important et plus les sujets estimaient qu'il fallait maintenir un investissement final : il semble qu'il soit plus facile de décider de perdre un million après en avoir perdu neuf que de perdre un million après en avoir perdu cinq ou deux.

Comme on le voit, le sujet a du mal à garder cette rationalité économique lorsqu'un investissement initial à perte survient. On peut penser que cet effet sera d'autant plus important que l'on donne au sujet le sentiment qu'il est responsable de ce mauvais choix ou de ce mauvais calcul. Nous avons vu le lien puissant qui unit responsabilité et engagement. Aussi, certains chercheurs se sont dit que l'individu aurait encore plus de mal à renoncer à poursuivre un investissement s'il était responsable des investissements à perte initiaux. Staw (1976) a imaginé un dispositif expérimental fondé sur un jeu de rôles (jeu d'entreprise) réalisé par des étudiants en gestion. Dans une condition dite de forte responsabilité, ils devaient se mettre à la place d'un responsable financier d'une société de nouvelles technologies devant prendre une décision en matière de recherche et développement. La société accusait des pertes depuis plusieurs années et cela semblait provenir de son manque de compétitivité en matière d'innovation. Il y avait donc nécessité d'investir 10 millions de dollars mais dans une seule des deux divisions de l'entreprise qui constituaient la société (services ou produits manufacturés). Suivait une description de ces deux composantes. Le sujet devait dire dans laquelle il investirait les fonds de recherche et développement et il devait justifier, par écrit, ce choix. Il donnait le formulaire à l'expérimentateur qui lui remettait alors la suite du scénario. Le sujet se retrouvait cinq ans plus tard, et, cette fois, il devait investir vingt millions de dollars en recherche et développement. Le sujet avait à nouveau cette responsabilité mais, cette fois,

il pouvait ventiler comme il le souhaitait les fonds dans les deux divisions. Les résultats financiers des divisions sur les cinq années précédentes étaient donnés. Pour la moitié des sujets, on montrait un solde positif en faveur de la division qu'il avait initialement choisie par rapport à l'autre (conséquences positives) ou un solde négatif (conséquences négatives) : bref le sujet voyait si son investissement initial avait fonctionné ou pas. Une condition de faible responsabilité était également introduite dans laquelle les sujets ne faisaient pas le premier choix d'investissement et étaient confrontés à une information selon laquelle le choix de la division qui recevrait les fonds de R & D avait été fait par un autre responsable financier de l'entreprise. Les sujets, dans ce cas, devaient fonctionner comme précédemment dans la ventilation de la seconde vague d'investissement. Cette fois, ils avaient la responsabilité de ce choix et les mêmes informations sur les résultats financiers de chaque division leur étaient données. Les moyennes des investissements accordés à chacune des divisions lors de la seconde vague d'investissement sont présentées dans le tableau 2.17 ci-dessous.

	Choix initial de la division Services		**Choix initial de la division Produits manufacturés**	
	Réussite	**Échec**	**Réussite**	**Échec**
Haute responsabilité	9.36	12.56	9.00	13.46
Faible responsabilité	8.22	9.22	8.48	9.65

Tableau 2.17
Moyenne des investissements selon le niveau de responsabilité de l'investissement initial et la réussite ou l'échec de cet investissement (en millions de dollars)

Comme on le voit, lorsque le sujet a été responsable de l'investissement initial, si celui-ci s'avère être un échec, le sujet tend à accorder des fonds plus importants que dans le cas où celui-ci a été une réussite. Lorsque le sujet n'est pas responsable de l'investissement initial, il y a un équilibre dans la ventilation des vingt millions de dollars de la seconde vague entre les deux divisions. Il semble donc que le sujet a du mal à renoncer à une décision initiale dont il est responsable et qui s'avère, le temps passant, négative. Derrière cette persistance des investissements initiaux se cache vraisemblablement le désir de rationalisation de la décision initiale. Ne pas surinvestir dans le deuxième temps reviendrait à réfuter la pertinence du premier choix ce qui est inacceptable en termes d'estime de soi pour l'individu. On voit donc ici l'importance de la responsabilité initiale, ce qui permet de comprendre pourquoi, lorsqu'il y a engagement par accomplissement d'un acte, ce niveau de responsabilité perçue s'accroît et conduit, de fait, à renforcer la production du comportement initial.

Les recherches que nous venons de présenter utilisaient des contextes fictifs (scénarii, jeu de rôles) afin de pouvoir aisément introduire une variation contrôlée. Ce contexte de laboratoire pourrait faire douter certains de la pertinence d'un tel mécanisme en situation réelle. Il est bien évident que, dans ce cas, il est difficile de recourir à la méthode expérimentale. Pour autant, il faut se garder de croire qu'un tel fonctionnement n'existe pas dans la réalité. Girandola (1999) ainsi que Joule et Beauvois (2002) rapportent plusieurs anecdotes, dont certaines aux conséquences tragiques, qui illustrent parfaitement cet effet de l'engagement qui conduit à maintenir, coûte que coûte, les investissements initiaux même lorsque des hécatombes financières et humaines s'accumulent. Ainsi Girandola (1999) rapporte le cas de l'exposition 1986 à Vancouver au Canada (Expo 86) dont le coût initial est passé de 78 millions de dollars canadiens en estimation initiale à 1,5 milliard de dollars. Or le projet a été maintenu par celui qui l'avait porté, nonobstant le fait que, au fur et à mesure, les prévisions économiques de ce projet s'avéraient de plus en plus pessimistes. Loin d'être un cas isolé, nous pouvons tous citer une situation qui a conduit à la même escalade des coûts alors que, très rapidement, on s'est rendu compte du gouffre économique que constituerait le projet initial. Dans notre vie quotidienne, nous n'échappons pas à la règle de ce mécanisme de l'escalade d'engagement. La réparation intempestive d'une voiture dont les pièces essentielles (et donc les plus coûteuses) ont pour coutume de « lâcher » aux mêmes périodes (cardans, embrayage, etc.) constitue le meilleur exemple. Rapidement, on se rend compte que le cumul des réparations coûte une fortune mais on ne peut renoncer à faire effectuer les nouveaux travaux par notre mécanicien préféré car cela rendrait insupportables les coûteuses réparations effectuées quelques mois ou quelques semaines auparavant. La conséquence en est parfois effrayante car, pour une rallonge modique, nous aurions à notre disposition une voiture en bien meilleur état et plus moderne que celle que nous devons encore conserver pour de longs mois afin que le conflit intérieur né de l'escalade d'engagement des frais ne s'estompe.

3.4.2 Il est difficile de dire « stop » : le piège des automatismes

Nous venons de voir qu'il est difficile de renoncer à nos engagements initiaux lorsqu'ils s'avèrent peu rentables. Une façon encore plus éclairante de présenter le mécanisme de persistance est celui consistant à analyser l'effort que réclame l'interruption d'un processus qui s'enclenche. Lorsque nous sommes insérés dans une situation d'engagement qui s'avère coûteuse pour nous et que nous devons fournir des efforts pour interrompre ce processus, il y a fort à parier que nous allons nous engager bien plus loin avant « d'arrêter les frais ». Afin de tester cela, Brockner, Shaw et Rubin (1979) ont mis au point une situation expérimentale particulièrement ingénieuse. Ces auteurs faisaient participer leurs sujets (des étudiants) à une curieuse

loterie. On donnait 4 dollars à un sujet comme mise de départ pour participer à un jeu. On lui disait qu'il avait la possibilité de gagner 2 dollars supplémentaires. On lui présentait ensuite un compteur incrémentant les nombres de 1 à 500 par pas de 1. On disait au sujet qu'un nombre avait été choisi au hasard dans cet intervalle et, dès que ce nombre correspondrait à la valeur affichée du compteur, une sonnerie retentirait et le sujet gagnerait 2 dollars. Dans le même temps, on lui disait que, à chaque fois que le compteur s'incrémentait, cela coûtait un cent au sujet. Si le compte atteignait 400 avant la sonnerie, le sujet perdait sa dotation de départ. Le sujet était ensuite informé que, par pas de 20, le compteur s'arrêterait quelques secondes et que le sujet devait alors décider de ce qu'il allait faire. Dans un cas, le sujet devait dire « Stop » pour s'arrêter sinon l'incrément du compteur reprenait automatiquement tandis que dans un autre cas, on disait au sujet qu'il devait dire « Allez » pour que l'incrémentation reparte. En fait, on comprendra que jamais le sujet ne gagnait puisque l'on voulait savoir jusqu'où il irait. Les résultats sont particulièrement éloquents et on observera que les pertes accusées par le sujet ont été plus importantes lorsqu'il devait dire « Stop » que lorsqu'il devait dire « Allez ». De fait, en devant procéder à une analyse systématique de la situation par pas de 20, le sujet était plus à même de prendre une décision qui ne soit pas trop défavorable. Ce n'était pas le cas lors de la reprise automatique du processus qui, de fait, réduisait l'intervention du sujet et donc sa capacité à analyser correctement les risques de maintien d'un comportement passif.

Les recherches que nous venons de présenter illustrent parfaitement le piège que peut constituer notre engagement dans un processus aux conséquences pourtant négatives. On peut, de cette manière, expliquer beaucoup de situations où on n'a pas su s'arrêter à temps. En outre, ces recherches vont totalement à l'encontre d'une hypothèse d'une extrême rationalité du comportement et des décisions de l'être humain. Il faut se garder de croire que les enjeux de nos décisions sont uniquement analysés en termes de coûts. Ils le sont, oui, mais seulement lorsque nous ne sommes pas responsables du démarrage d'un processus. On voit bien que l'engagement personnel est, encore une fois, un piège à la rationalité et qu'il y a en nous des processus d'auto-engagement qu'il est extrêmement difficile d'interrompre.

3.5 Les techniques d'influence fondées sur l'engagement

On vient de voir que l'engagement est un puissant facteur d'influence du comportement et de maintien de nos décisions initiales. Tout naturellement, cette théorie a conduit les chercheurs à tenter d'étudier, de manière expérimentale, les mécanismes cognitifs susceptibles d'expliquer cet effet. À ce

titre, le travail de Robert Cialdini de l'université de l'Arizona aux États-Unis a conduit à clarifier ce mécanisme. On rappellera que ce chercheur a toujours tenté, dans son travail, de s'inspirer des pratiques employées par les manipulateurs professionnels (recruteurs de sectes, escrocs, etc.) mais aussi par ceux qui doivent quotidiennement convaincre autrui (vendeurs). Pour Cialdini (1990), il y a dans la pratique quotidienne de ces personnes une source d'inspiration expérimentale inépuisable tant il semble que les techniques que ces personnes emploient sont toutes plus efficaces les unes que les autres.

3.5.1 La technique du Low-Ball

■ *L'expérience initiale*

On doit le nom de cette technique à une recherche désormais célèbre de Cialdini, Cacioppo, Bassett et Miller publiée en 1978. Ceux-ci souhaitaient étudier à quel point nos décisions initiales persistent quand bien même un certain préjudice personnel est attaché au maintien de cette décision.

L'objectif était que des étudiants acceptent de participer à une expérience de psychologie qui se tiendrait de très bonne heure le matin. L'expérimentateur se présentait dans des salles de cours et disait rechercher des étudiants pour une étude sur les processus cognitifs dont la participation rapporterait un crédit de cours[1]. En situation contrôle, l'expérimentateur était sincère et disait que l'expérience commencerait à 7 heures du matin. En condition de *Low-Ball*, l'expérimentateur demandait s'il y avait des volontaires pour participer à une expérience de psychologie. Après qu'un sujet a accepté, l'expérimentateur l'informait alors que l'expérience aurait lieu à 7 heures du matin puis il redemandait au sujet s'il consentirait toujours à participer à l'expérience. Dans les deux conditions, on donnait au sujet le lieu et la date du rendez-vous pour l'expérience. La veille de ce rendez-vous, chaque sujet était contacté par téléphone pour lui rappeler celui-ci. Les résultats qui ont été obtenus sont présentés dans le tableau 2.18 ci-contre. On a mesuré ici le taux d'acceptation de la requête mais également le comportement des sujets, c'est-à-dire le nombre de personnes qui se sont effectivement présentées à 7 heures du matin devant la porte du laboratoire.

1. Très utilisé dans les universités aux États-Unis, le crédit de cours est une dispense d'un certain volume de cours ou de la totalité d'un cours en raison de la participation des étudiants à des activités de recherche ou de reconnaissance de leur établissement de formation. Bien entendu, cette dispense ne concerne qu'un très faible volume des cours d'une formation mais, si vous êtes réfractaire à telle matière ou si vous avez peur de l'évaluation, cela peut être utile.

	Contrôle	Low-Ball
Acceptation verbale	31.0	56.0
Acceptation comportementale	24.0	53.0

Tableau 2.18

Taux d’acceptation verbale et comportementale de la requête (en %)

Il est clair que les gens ont du mal à revenir sur leurs décisions initiales. Ici, alors que les sujets savent qu’il va falloir se lever tôt après avoir accepté le principe de participer, ils sont quasiment deux fois plus nombreux à accepter la requête que ceux qui ont été informés, tout de suite, du coût réel de celle-ci. On peut voir, de plus, que c’est en condition de *Low-Ball* qu’il y a le plus d’effet de persistance de la décision initiale. Ici, les sujets ont été les moins nombreux, en proportion, à renier leur engagement envers l’expérimentateur.

■ *La généralisation de l’effet du* Low-Ball

Cette première recherche de Cialdini et de ses collaborateurs en 1978 a suscité de nombreux travaux ultérieurs. Une seconde expérience de Cialdini, Cacioppo, Bassett et Miller (1978) a montré que le *Low-Ball* était efficace pour que des personnes acceptent une requête au profit d’une association caritative. L’expérimentateur contactait des étudiants dans leur chambre de cité universitaire et disait appartenir à une association caritative connue qui recherchait des gens pour afficher des posters au profit de celle-ci. En condition contrôle, l’expérimentateur disait au sujet qu’il n’avait plus de poster et que, s’il acceptait de les aider, il devrait aller en chercher à un endroit particulier de l’immeuble avant une certaine heure et qu’il devait ensuite placer un poster sur sa porte et sur sa fenêtre pendant une semaine. En condition de *Low-Ball*, l’expérimentateur demandait au sujet s’il accepterait d’afficher un poster en faveur de l’association. Puis, après son accord, les mêmes contraintes de procédure que celles utilisées pour le groupe contrôle lui étaient formulées. Ici encore, on observera que 29 % des sujets ont accepté la requête en condition contrôle contre 75 % en condition de *Low-Ball*. Nos décisions initiales sont donc de bien mauvaises conseillères et le *Low-Ball* semble bien tirer son efficacité d’un tel mécanisme de cristallisation de nos premières décisions.

Son efficacité semble également s’observer dans différentes cultures et lorsque le comportement est particulièrement coûteux pour la personne. Guéguen, Pascual et Dagot (2002) ont réalisé une expérience en France où l’objectif était que des personnes sortant d’un hôpital consentent à garder le chien d’un compère pendant une demi-heure sous prétexte que le compère devait aller rendre visite à sa grand-mère. En condition contrôle, la mention

du délai était faite alors qu'en condition expérimentale, on demandait l'accord du sujet puis, en lui tendant la laisse du chien, on mentionnait que cela prendrait une demi-heure. Les résultats montreront que 13 % ont consenti à la requête en condition contrôle contre 30 % en condition de *Low-Ball*. En outre, en examinant le comportement des personnes ayant refusé la requête, ces auteurs observeront que, en condition de *Low-Ball,* la quasi-totalité des sujets a proposé de garder le chien cinq minutes alors qu'aucune proposition de ce type n'a été faite en condition contrôle. C'est dire que le refus de notre engagement initial est difficile à réaliser.

■ Low-Ball *et privation de tabac : analyse comparée de deux techniques d'influence*

Les recherches présentées ci-dessus impliquaient des comportements d'aide à autrui ou au profit d'une bonne cause. Dans les deux cas, il s'agissait d'un intérêt au profit d'autrui. Toutefois, l'efficacité de cette technique est également mise en évidence lorsque le bénéfice de la requête sollicitée est, manifestement, au profit du sujet. Joule (1987) a en effet montré que l'on pouvait durablement conduire des fumeurs à se priver de tabac en recourant à cette méthode. En outre, on va voir que son travail a également tenté d'évaluer l'efficacité du *Low-Ball* avec une autre technique d'influence du comportement que nous connaissons bien maintenant : le Pied-dans-la-Porte. L'objectif de ce chercheur était que des fumeurs acceptent de s'arrêter de fumer pendant dix-huit heures consécutives contre une petite compensation monétaire de 30 francs. Les sujets, des étudiants, étaient tous fumeurs et avouaient une consommation journalière d'au moins quinze cigarettes. Dans ce dispositif expérimental, trois variantes d'un Pied-dans-la-Porte et trois variantes d'un *Low-Ball* ont été testées. En condition de Pied-dans-la-Porte, l'expérimentateur commençait par formuler une première requête auprès du sujet. Selon le cas, il s'agissait de lui demander de répondre à un petit questionnaire (Pied-dans-la-Porte avec questionnaire), d'exécuter une tache de concentration de quelques minutes (Pied-dans-la-Porte avec test sans privation de tabac), de faire la même tâche après avoir arrêté de fumer pendant deux heures (Pied-dans-la-Porte avec test de privation de tabac). La requête recherchée était formulée à la suite de cette demande. Elle consistait à demander au sujet de se priver de tabac pendant 18 heures moyennant une rémunération de 30 francs.

En condition de *Low-Ball*, l'expérimentateur demandait au sujet, s'il accepterait de participer à une expérience pour laquelle il serait payé 50 francs. Lorsque le sujet acceptait, divers renseignements pour pouvoir le joindre lui étaient alors demandés. Quelques jours après, le sujet était recontacté par l'expérimentateur qui lui demandait toujours s'il acceptait de participer sachant que la rémunération était passée de 50 à 30 francs (une restriction budgétaire était invoquée), et qu'il faudrait qu'il arrête de fumer pendant dix-huit heures. En condition de *Low-Ball* avec information directe,

la demande était faite avant que la date de rendez-vous au laboratoire ne soit fixée tandis qu'en *Low-Ball* avec information indirecte, la demande était faite après que la date de rendez-vous au laboratoire ait été fixée. Enfin, dans une troisième condition dite de *Low-Ball* avec acte réalisé, la demande était faite au moment où le sujet arrivait au laboratoire après la prise de rendez-vous.

Une condition contrôle a également été introduite dans laquelle la requête recherchée était formulée directement au sujet.

On mesurait alors le taux d'acceptation verbale de la requête (sujets qui acceptaient de participer à l'expérience de privation de tabac pour 30 francs) et le comportement effectif des sujets (sujets qui ont effectivement arrêté le tabac pendant 18 heures avant de participer à l'expérience). Les résultats obtenus sont synthétisés dans le tableau 2.19 ci-dessous

	Type de soumission	
	Verbale	**Comportementale**
Pied-dans-la-Porte avec questionnaire	25.0	10.0
Pied-dans-la-Porte avec test sans privation de tabac	50.0	16.7
Pied-dans-la-Porte avec test de privation de tabac	50.0	44.4
Low-Ball avec information directe	85.0	65.0
Low-Ball avec information indirecte	91.3	69.6
Low-Ball avec acte réalisé	95.2	90.5
Contrôle	12.5	4.2

Tableau 2.19

Taux de sujets qui se sont soumis verbalement et comportementalement à la requête (en %)

Les résultats se passent de commentaires. Non seulement le *Low-Ball* s'avère plus efficace que le Pied-dans-la-Porte pour obtenir l'acceptation de la requête finale, mais on observe que cela conduit les sujets à s'être conformés de manière plus massive à la demande de l'expérimentateur. On remarquera, au passage, que le Pied-dans-la-Porte a été efficace notamment lorsqu'il y a privation préalable de tabac. Un tel effet n'est pas sans lien avec l'engagement puisque la requête préparatoire est plus impliquante et donc plus engageante.

■ *Le* Low-Ball *: un engagement pour soi ou pour autrui ?*

Malgré son intérêt et sa puissance, la technique du *Low-Ball* a fait l'objet de peu de recherches spécifiques comparativement à la technique du Pied-dans-la-Porte ou à celle de la Porte-dans-le-Nez étudiées précédemment. Quelques chercheurs ont néanmoins tenté d'aller plus loin pour comprendre le mécanisme explicatif de cette technique qui, à l'évidence, relève de l'engagement. Burger et Petty (1981) ont justement tenté de montrer qu'une des caractéristiques de cet engagement pouvait affecter cette technique. Leur objectif était que des étudiants participent à une recherche où leurs aptitudes au calcul seraient mesurées. L'expérimentateur disait au sujet que la tâche consistait à résoudre près d'une centaine de problèmes nécessitant des divisions complexes. En condition de *Low-Ball*, on disait au sujet qu'il recevrait une heure complémentaire de crédit de cours pour cette tâche. L'expérimentateur demandait ensuite au sujet s'il était volontaire pour participer à cette expérience. S'il répondait oui, l'expérimentateur lui disait alors qu'il devait aller dans son bureau chercher les exercices. Cela permettait de manipuler les deux conditions expérimentales prévues. En condition de *Low-Ball* avec le même expérimentateur, l'expérimentateur revenait après deux minutes avec une note administrative et informait le sujet qu'il ne pourrait lui donner de crédit de cours pour cette expérience. Il demandait alors au sujet s'il acceptait toujours de participer à son expérience. En condition de *Low-Ball* avec un expérimentateur différent, un second expérimentateur rejoignait le sujet et se présentait comme quelqu'un travaillant sur le projet de résolution de problèmes. Il tenait dans sa main un mémo administratif et informait le sujet qu'il ne pouvait lui donner de crédit de cours pour cette expérience. Comme précédemment, il demandait alors au sujet s'il acceptait toujours de participer. En condition contrôle, on se doutera que l'on a révélé au sujet que sa participation ne permettait pas d'obtenir de crédit de cours. Les résultats montreront que 55 % des sujets ont maintenu leur décision de participation en condition de *Low-Ball* avec le même expérimentateur alors qu'ils n'étaient plus que 15 % en condition de *Low-Ball* avec des expérimentateurs différents. On notera que, dans cette condition, le taux d'acceptation de la requête a été, statistiquement, le même qu'en condition contrôle (20 %). Une expérience postérieure de Burger et Petty confirmera les mêmes effets au niveau comportemental (Burger et Petty, 1981, expérience 3). Pour ces auteurs, de tels résultats seraient la preuve que le *Low-Ball* ne provient pas d'un engagement mais d'une obligation d'exécution ressentie par le sujet. Bien qu'intéressante, cette hypothèse explicative n'a pas été testée. En outre, elle n'est absolument pas incompatible avec la théorie de l'engagement. Le sujet s'est engagé envers quelqu'un de bien particulier et ce qui le relie à son acte est médiatisé par l'expérimentateur. De fait, si l'expérimentateur n'est plus le même, ce lien ne s'établit plus. Il n'est donc pas étonnant que cette pression à l'obligation de persister dans son engagement disparaisse lorsque l'expérimentateur n'est pas le même.

On le voit, cette technique du *Low-Ball* est redoutablement efficace, elle aussi, pour obtenir de personnes qu'elles produisent un comportement attendu. On a noté précédemment que cette technique est plus efficace que le Pied-dans-la-Porte. Cette supériorité n'est pas anecdotique et a été mise en évidence à plusieurs reprises. Wang, Brownstein et Katzev (1989) ont comparé l'efficacité respective du *Low-Ball*, du Pied-dans-la-Porte et de la Porte-dans-le-Nez dans le cas d'une demande d'argent au profit de la recherche sur le cancer faite en porte-à-porte. En Pied-dans-la-Porte, le sujet était sollicité pour répondre à un petit questionnaire sur le cancer dont on disait qu'il serait récupéré le lendemain. La demande de don était faite lors de la seconde visite au domicile. En condition de Porte-dans-le-Nez, on demandait au sujet de donner une grosse somme (50 dollars) afin de devenir membre de l'association. Après son refus, la demande de don était faite. Enfin, en condition de *Low-Ball*, on demandait au sujet de faire un don pour une cause (les enfants) et après son acceptation, on lui demandait une certaine somme pour la cause réelle recherchée. Comme d'habitude, la condition contrôle impliquait directement la formulation de la requête-cible. Les résultats montreront que seul le *Low-Ball* a fonctionné dans cette circonstance et, également, que, comparativement à la condition contrôle, les sujets ont donné une somme plus élevée. Ce dernier effet n'est d'ailleurs pas isolé puisqu'une recherche de Brownstein et Katzev (1984) a montré des taux de soumission et des dons plus élevés alors que la demande était faite au profit d'une organisation privée (un musée indépendant d'une ville).

Le *Low-Ball* s'avère donc, semble-t-il, redoutablement efficace. Il convient toutefois de dire que l'effet du *Low-Ball* ne s'observe pas toujours. Ainsi, Motes et Woodside (1979) ont montré que si un vendeur informait un client que telle chose coûtait 1 dollar (ici un tube de rouge à lèvres) puis, simulant la confusion, prétendait s'être trompé et disait que, en réalité, le prix était de 2,50 dollars, cela ne conduisait pas à plus d'achat que lorsque le prix réel était donné tout de suite. Il semble donc y avoir une limite à l'efficacité de la technique.

De manière générale, on peut donc dire que le *Low-Ball* est une technique permettant d'affecter la soumission d'une personne à une requête. Le principe d'une acceptation initiale semble conduire le sujet à persévérer dans cette décision quand bien même les critères initiaux ayant prévalu à accepter la requête disparaissent. En bref, lorsque les avantages ont disparu, le sujet persiste néanmoins à faire ce à quoi il s'était engagé. Toutefois, si on voit bien que l'engagement est le mécanisme cognitif sous-jacent à son efficacité, on dispose encore de peu de recherches pour affiner ce mécanisme. Il est vraisemblable qu'un examen attentif des principes favorisant l'engagement pourrait permettre de faire évoluer d'un point de vue théorique et méthodologique cette technique qui semble être bien plus puissante que les deux autres techniques que nous avons étudiées précédemment.

3.5.2 La technique du leurre

Si on devait synthétiser la technique du *Low-Ball* en quelques mots, on dirait, à la lumière des expériences réalisées, qu'il s'agit de faire connaître, progressivement, le coût d'une requête. Il s'agit là d'un mensonge par omission que nous commettons souvent nous-mêmes. Avec le leurre, on va plus loin car là il s'agit réellement d'une tromperie dans la mesure où on fait miroiter des avantages au sujet pour obtenir son accord ; avantages qui, par la suite, s'amenuisent ou disparaissent. Pour Joule, Gouilloux et Weber (1989), le leurre serait fortement inspiré d'une technique de vente utilisée par les professionnels. Cette technique consiste à conduire une personne à prendre une décision afin qu'elle croit obtenir un avantage puis, une fois cette décision prise, on l'informe que les circonstances ont changé et qu'elle ne peut en bénéficier comme elle le croyait. Cette personne est alors incitée à produire un comportement de substitution pour lequel, toutefois, elle ne bénéficie pas des mêmes avantages. L'exemple typique de l'emploi de cette technique dans le domaine commercial est celui utilisé par les vendeurs de chaussures. Dans un premier temps, on attire un client par une paire de chaussures à prix très avantageux puis, après lui avoir demandé sa pointure, on lui dit que, « hélas », celle-ci n'est pas disponible, qu'il s'agissait de la dernière paire et que c'est la raison pour laquelle elle était à ce prix (*sic*). La personne se voit alors proposer une autre paire de chaussures quasi équivalente mais, bien entendu, pas au même prix. On voit que cette technique est proche du *Low-Ball* dans le sens où elle conduit à faire prendre au sujet deux décisions : une faite avant de connaître le coût réel du comportement recherché et une autre après. Toutefois, avec le leurre, les décisions portent sur des actes différents tandis qu'avec le *Low-Ball*, les décisions concernent le même comportement. D'une certaine manière, le leurre est également proche du Pied-dans-la-Porte avec ses deux décisions, mais c'est parce que le premier comportement est impossible à réaliser que l'opportunité de faire le second est proposée.

L'opérationnalisation de cette technique a été conduite par Joule, Gouilloux et Weber (1989), lesquels souhaitaient obtenir d'étudiants qu'ils participent, pendant une demi-heure, à une expérience de psychologie non rémunérée. À la fin d'un cours, l'expérimentateur abordait les sujets. En condition contrôle, il leur disait qu'il conduisait une recherche sur la mémoire qui nécessitait des volontaires. La tâche consistait à visionner des diapos présentant des nombres tout en écoutant une bande sonore de quelqu'un déclinant, oralement, des nombres. Le sujet devait se rappeler des nombres vus et entendus. La tâche durerait une demi-heure. Les sujets intéressés devaient donner leur nom et on leur donnait une heure pour venir au laboratoire le lendemain ou le surlendemain. En condition de leurre, l'expérimentateur disait aux sujets qu'il conduisait une recherche sur les émotions qui nécessiterait des volontaires. L'objectif était de visionner un film de

25 minutes puis de répondre ensuite, pendant cinq minutes, à un questionnaire portant sur certaines scènes. Les participants étaient alors informés qu'ils seraient payés 30 francs pour cette étude. Les sujets intéressés devaient donner leur nom et on leur donnait une heure pour venir au laboratoire le lendemain ou le surlendemain. Une fois au laboratoire, un autre expérimentateur leur disait qu'il y avait un problème, qu'il avait achevé son expérience et n'avait pas pu prévenir celui qui les avait contacté. Il disait ensuite qu'il n'avait pas besoin d'autres sujets mais que s'ils étaient toujours intéressés, il y avait une autre expérience à proposer sur la mémoire des chiffres (la même qu'en condition contrôle) qui leur prendrait une demi-heure de leur temps mais qui ne serait pas rémunérée. Les résultats montreront que, au final, la technique du leurre a permis d'obtenir 47.4 % de volontaires contre 15.4 % en condition contrôle. En outre, en condition de leurre, la totalité des sujets a accepté la seconde proposition : « Quitte à ne rien avoir, autant faire quelque chose pour rien. » Une seconde expérience de ces auteurs confirmera ces premiers résultats et montrera même un effet additionnel du leurre avec un Pied-dans-la-Porte (après que le sujet ait appris qu'il ne pouvait faire l'expérience pour laquelle il était venu, on lui proposait une petite tâche de trois minutes puis la participation à la seconde expérience). Ils seront, dans cette condition, 70 % à accepter la requête finale.

On le voit, encore une fois, une décision initiale piège nos comportements ultérieurs alors que, pourtant, la possibilité de produire le comportement n'existe plus. Pour les auteurs de cette expérience, cet effet serait expliqué par la théorie de l'engagement qui induirait une résistance au changement. Les sujets ont pris une décision qui, en raison des circonstances, ne peut être exécutée. Ils sont ensuite encouragés à produire un autre comportement qui constitue un substitut à celui qu'ils n'ont pu produire. Le sujet qui s'est engagé à produire tel comportement tendra à agir dans le sens de sa décision même si le nouveau comportement est moins avantageux.

Comme on vient de le voir, la technique du *Low-Ball* et celle du leurre sont des techniques d'influence dérivées de la théorie de l'engagement qui s'avèrent particulièrement efficaces pour conduire les sujets à adopter un comportement attendu. Même si on peut regretter l'absence de travaux aussi nombreux que dans le cas de recherches sur d'autres techniques de soumission sans pression comme le Pied-dans-la-Porte ou la Porte-dans-le-Nez, on peut également observer que ces techniques semblent plus puissantes et que, surtout, elles se traduisent par des effets comportementaux importants. Nous allons à présent voir qu'au-delà de ces techniques, la théorie de l'engagement permet d'influencer durablement le comportement d'autrui. Les applications que nous allons présenter ci-dessous relèvent directement d'une ingénierie psychosociale qui peut s'appliquer pour un nombre important de comportements autres que ceux que nous avons vus jusqu'à présent : répondre à un questionnaire, donner à une association caritative, etc.

3.6 La théorie de l’engagement appliquée aux changements de comportements : quels principes pour quelles applications ?

3.6.1 Les facteurs engageants

À travers la présentation des premiers travaux sur l’engagement, nous avons déjà pu voir que certains facteurs favorisaient ou étaient indispensables pour produire de l’engagement. On a pu ainsi observer que l’engagement semble s’accompagner d’un accroissement de la responsabilité du sujet, que la production d’un acte est plus engageante, que l’engagement est d’autant plus fort que l’on s’est engagé envers quelqu’un de bien particulier. En fait, bien avant l’apparition des premières applications de l’engagement et l’élaboration de techniques d’influence en lien avec ce concept, certaines conditions favorisant l’engagement ont été définies. Ainsi, Kiesler et Sakumura ont, dans un article publié en 1966, présenté ces conditions qui, selon eux, devaient favoriser l’engagement. Ces principes, au nombre de cinq, étaient les suivants :

– le *nombre de comportements du sujet* : la probabilité d’émettre un comportement est d’autant plus importante que ce même comportement a déjà été émis au préalable. On aurait donc des difficultés à revenir ou à ne pas faire ce que nous avons accompli par le passé. Pour engager quelqu’un, il convient donc de lui faire accomplir plusieurs comportements ;

– l’*importance du comportement pour le sujet* : un comportement est d’autant plus engageant qu’il a de l’importance pour le sujet parce qu’il vise quelque chose auquel le sujet croit, qu’il lui permet d’obtenir des avantages (financiers, de la valorisation sociale, un renforcement de l’estime de soi, etc.) ;

– le *caractère explicite (public, non ambigu) du comportement* : un comportement est d’autant plus engageant qu’il est émis en public et que sa signification est claire tant pour celui qui le produit que pour celui qui l’observe ;

– le *caractère irrévocable du comportement* : c’est le principe selon lequel « comme on fait son lit, on se couche ». Ici, l’émission du comportement rend difficile toute possibilité de revenir en arrière. Cela concerne aussi une impossibilité de contester cet engagement ;

– le *caractère de liberté perçue par le sujet dans la production de son comportemen*t : pour que le sujet perçoive le lien qu’il y a entre lui et son acte, il faut que l’accomplissement de cet acte s’accompagne d’une perception de la liberté de choix ou de décision de sa part. Ainsi, si le comportement est obtenu par pression externe (par exemple une

rémunération), le sujet expliquera son acte par cette pression et non par une cause interne relevant de son intérêt propre, de sa motivation personnelle.

On voit donc que certains de ces principes ont été peu ou prou appliqués dans de nombreuses recherches que nous avons présentées ci-dessus. En présentant la technique du *Low-Ball* ou du leurre, on a pu voir que l'on a respecté le dernier principe énoncé par Kiesler et Sakumura (1966). Le sujet est en effet totalement libre de maintenir ou pas sa décision initiale. Avec les travaux sur l'engagement en situation de vol (Moriarty, 1975), nous sommes dans une situation d'irrévocabilité : un individu vous demande de surveiller ses affaires et s'en va. Vous ne pouvez guère faire autre chose que de rester surveiller ses affaires. Vous ne pouvez guère faire autrement que d'intervenir lorsque quelqu'un dérobe ses affaires.

Bien entendu, ces premiers principes favorisant l'engagement ont été énoncés il y a fort longtemps. On peut voir, aujourd'hui, que l'on pourrait rajouter d'autres critères et notamment l'induction d'un sentiment de responsabilité personnelle à émettre le comportement attendu. Ainsi, plus le sujet se sent de responsabilité personnelle à produire le comportement plus la probabilité qu'il émette ce comportement est importante. On peut aussi dire que le coût du comportement a son importance. Un comportement coûteux accompli en toute liberté est plus engageant qu'un comportement facile à produire ne réclamant pas beaucoup de ressources personnelles de la part du sujet. Enfin, on sait aussi que certains principes de Kiesler et Sakumura (1966) peuvent être affinés ou renforcés. Ainsi, le caractère public d'un engagement serait d'autant plus puissant que les personnes assistant à l'acte d'engagement sont importantes pour le sujet ou sont nombreuses. Pour finir, on peut également penser que ces principes ne sont pas indépendants les uns des autres et que leur « force engageante » est d'autant plus grande qu'ils sont combinés.

Bien entendu, en multipliant ces principes, en faisant varier leurs caractéristiques et le niveau de chacune de ces caractéristiques, en combinant ces principes entre eux, on arrive rapidement à une infinité de conditions plus ou moins engageantes qu'il serait nécessaire de tester empiriquement. La littérature ne dispose pas encore de cette exhaustivité, bien au contraire. Toutefois, en respectant ces principes, en tentant de réfléchir à ce que l'engagement implique et donc en réfléchissant sur les principes qui le favorisent, on peut influencer efficacement le comportement d'autrui. Nous allons voir que le respect plus ou moins marqué d'un ou plusieurs de ces principes ou de principes compatibles avec la théorie de l'engagement s'avère particulièrement heuristique pour influencer de multiples formes de comportements de l'être humain. Nous allons à présent présenter quelques travaux d'applications qui achèveront de vous convaincre, nous l'espérons, de la puissance de ce concept sur le comportement.

3.6.2 Les applications de l'engagement au changement de comportements

L'engagement étant une théorie plus qu'une technique, il peut sembler difficile, au premier abord, de voir comment l'appliquer à dessein de changer ou d'induire un comportement auprès des personnes qui en sont la cible. On va voir que, en fait, le respect des principes qui produisent de l'engagement suffit pour obtenir l'effet comportemental escompté. Toutefois, de nombreuses procédures peuvent découler de ces principes énoncés plus haut et il appartient à celui qui souhaite utiliser l'engagement, de tenter de mettre au point des procédures qui relèvent de ces principes et qui sont à la fois pertinentes eu égard au contexte, à la cible et au type de comportements recherchés.

Afin de donner une idée précise de l'utilisation de l'engagement à des fins de modification ou de création de certains comportements, nous présentons ci-dessous plusieurs recherches de terrain où l'engagement a été utilisé. La méthodologie est décrite dans le détail afin de donner une idée de la façon dont s'ajustent les procédures en fonction des aléas du contexte, des personnes ou du comportement. Nous présentons des applications dans le domaine de la santé, de la formation, de la réinsertion professionnelle, de l'écologie, du marketing. Il est bien entendu que ces domaines ne sont pas exhaustifs et, on peut penser, pour peu qu'une bonne analyse et un examen précis des contraintes opérationnelles soient faits, que l'engagement peut être utilisé dans de multiples circonstances. Dans la plupart des cas, les études présentées sont des recherches de nature expérimentale. Cela ne veut pas dire qu'elles ont été conduites en laboratoire, bien au contraire, mais qu'elles ont tenté de respecter une démarche scientifique permettant de comparer une méthode de changement ou d'induction d'un comportement fondée sur la théorie de l'engagement à une autre méthode.

■ *Engagement et comportement écologique : le cas du recyclage de papiers*

Le papier que nous consommons quotidiennement, que nous recevons régulièrement dans nos boîtes aux lettres à des fins d'information ou de promotion commerciale, les journaux et périodiques que nous lisons… représentent chaque année une masse colossale d'ordures ménagères. On imagine sans mal l'intérêt économique que peut présenter le recyclage de ce papier par les particuliers lorsque l'on sait que le tri permettrait d'économiser de 70 à 90 % du bois nécessaire à la fabrication du papier.

Une recherche de Wang et Katzev (1990) a testé de manière expérimentale, auprès de deux cibles, une procédure destinée à inciter des personnes à faire le tri de leurs papiers.

Une première évaluation a été faite auprès de personnes âgées résidentes d'une institution de retraite qui disposaient d'une certaine autonomie pour faire leurs courses, recevoir des personnes. L'expérimentation comprenait trois phases. Durant la première phase, des brochures étaient distribuées aux sujets qui permettaient de les informer sur la façon de recycler, trier le papier et où le stocker. Une phase d'engagement de groupe avait lieu vingt-deux jours après, où une discussion en groupe était organisée et où suggestions et questions aux sujets étaient posées. À la fin, un formulaire d'engagement collectif à trier les papiers était soumis à chaque sujet, lequel les engageait collectivement et qui visait à tester la méthode permettant le tri pendant quatre semaines. Cet engagement était produit par un simple énoncé proche d'une profession de foi : « *Nous, résidents du deuxième étage, avons décidé de participer à un programme de recyclage du papier sponsorisé par… Il est convenu que tout papier recyclable sera placé dans une poubelle de recyclage. Nous nous engageons à participer à ce projet de recyclage pour les quatre semaines à venir.* » Après ces quatre semaines, une lettre les informait qu'ils n'étaient plus obligés de continuer le tri mais on rajoutait que pendant encore quatre semaines, il serait possible de recycler le papier comme précédemment puisque les infrastructures le permettant étaient maintenues. À la fin de chacune des périodes, on mesurait le poids moyen de papiers recyclés par chacun des résidents. Les résultats obtenus sont présentés dans le tableau 2.20 ci-dessous.

Phase 1	Phase 2	Phase 3
3.31	4.85	7.76

Tableau 2.20

Poids du papier recyclé selon les périodes considérées (en kg/par personne)

Comme on peut le voir, le poids moyen recyclé par personne a été multiplié par 2. De plus, on observe une augmentation graduelle du poids du papier. L'engagement s'avère, semble-t-il, plus efficace que la simple brochure. De plus, on voit que l'effet de l'engagement s'accroît avec le temps. Deux raisons peuvent expliquer cet effet. D'une part, après la phase 2 d'engagement, les sujets ont manifestement commencé à adopter des comportements de recyclage. Il a fallu pour cela changer les habitudes, ce qui prend du temps. L'effet de l'engagement peut avoir nécessiter plusieurs semaines pour s'installer. De plus, on sait que c'est l'acte qui engage. Or, la répétition de l'acte est un facteur engageant. Il faut donc du temps pour que cet auto-engagement par répétition se produise. D'autre part, on peut penser que la phase trois est également engageante dans la mesure où quatre semaines après la réunion avec signature du pacte collectif d'engagement, les

sujets recevaient une lettre les informant qu'ils n'étaient plus obligés de continuer le tri mais qu'ils pouvaient encore le faire puisqu'ils avaient à leur disposition le container pour le faire pendant encore quatre semaines. Or un tel énoncé est en lien direct avec la responsabilité et l'autonomie de décision du sujet. Il est libre de faire ce qu'il veut : continuer à trier ou s'arrêter. S'il veut continuer, on lui laisse la possibilité matérielle de le faire. Il y a là, comme on le voit, tous les ingrédients à l'activation du sentiment de liberté et de responsabilisation personnelle qui sont des principes garantissant l'engagement.

Bien entendu, cette recherche a des limites puisqu'elle n'a été faite que sur un nombre limité de personnes (vingt-quatre personnes âgées) et qu'il n'y a pas, à proprement parler, de groupe contrôle. De plus, les mêmes techniques ont été appliquées sur le même groupe, ce qui rend difficile les comparaisons notamment parce que l'effet de certaines techniques d'influence ne peut être observé qu'à long terme. Aussi, afin de généraliser l'effet de l'engagement pour ce type de comportement, Wang et Katzev (1990) ont conduit une seconde recherche auprès d'un autre type de population.

Des étudiants d'une cité universitaire ont servi de sujets. Ils étaient répartis de manière aléatoire dans quatre groupes. Chaque groupe faisait l'objet de l'utilisation d'une procédure. En condition contrôle, le sujet était abordé par un expérimentateur qui, tout simplement, lui remettait un sac plastique permettant le recyclage du papier. En condition d'engagement de groupe, les sujets étaient réunis dans une salle et, après une information sur le tri des papiers, les sujets signaient un formulaire d'engagement collectif au tri identique à celui présenté précédemment. En condition d'engagement individuel, on procédait sensiblement de la même façon mais le sujet était abordé seul et l'engagement était individuel : « Je m'engage à participer à ce projet de recyclage pour les quatre semaines à venir. » Enfin, une condition dite d'incitation externe était introduite. On remettait des coupons de réduction au sujet durant toute la phase d'essai du tri qui durait quatre semaines. Ces coupons lui permettaient d'obtenir des tarifs préférentiels pour des achats que les étudiants ont coutume de faire (livres, disques, etc.). Après cette phase, les sujets en condition d'engagement recevaient une lettre où on les informait que leur engagement était levé mais qu'ils avaient la possibilité, pendant encore trois semaines, de procéder au tri puisque les infrastructures le permettant étaient maintenues. En condition d'incitation, on informait les sujets qu'il n'était plus possible de distribuer les coupons mais que, pendant trois semaines, il était encore possible de continuer le tri. Ici, le poids moyen du papier recyclé a été évalué mais une nouvelle mesure a également été introduite. On évaluait, à l'issue de chaque phase (phase 1 à la quatrième semaine et phase 2 à la fin de la troisième semaine durant laquelle les infrastructures étaient maintenues), le taux de sujets qui avouaient continuer le recyclage. Cette évaluation se faisait par questionnaire. Les résultats obtenus sont présentés dans le tableau 2.21 ci-contre.

	Phase 1		Phase 2	
	Taux de tri	Poids papier	Taux de tri	Poids
Contrôle	9.0	0.38	9.0	0.24
Engagement individuel	67.0	2.09	40.0	1.17
Engagement collectif	48.0	1.60	23.0	0.45
Incitations	54.0	1.03	22.0	0.50

Tableau 2.21
Taux de personnes avouant trier (en %) et poids moyen du papier recyclé par personne (en kg)

Comme on peut le voir, seul l'engagement individuel s'avère efficace à long terme tandis que l'engagement collectif et les incitations n'ont d'effet que le temps de la durée d'expérimentation. Ce dernier effet est conforme à la théorie de l'engagement puisque l'on sait qu'une incitation externe ne permet pas au sujet d'établir un lien entre lui et son acte. Si l'acte est médiatisé par une source externe. On peut trouver étonnant l'absence d'effet de l'engagement collectif car son caractère en apparence public pourrait le rendre plus efficace. Pour Wang et Katzev (1990), cela proviendrait de l'absence de cohésion du groupe d'étudiants comparativement à celui des personnes âgées. Or, nous avons signalé précédemment que le caractère public d'un engagement serait d'autant plus puissant que les personnes assistant à l'acte d'engagement sont importantes pour le sujet. De plus, comme il y a moins de cohésion ici, l'engagement public a peut-être été perçu comme une obligation. Or, cela peut avoir eu pour conséquence de ne pas activer le sentiment de liberté et de responsabilité personnelle du sujet.

Malgré les effets indéniablement positifs de l'engagement ici, on voit que les choses ne sont pas aussi faciles qu'elles en ont l'air et qu'une même procédure peut se révéler moins ou pas efficace avec une autre population. Cela éclaire la nécessité de bien évaluer le contexte, les cibles et le comportement recherché. Enfin, cela met aussi en évidence la nécessité d'expérimenter pour pouvoir comparer l'efficacité de différentes procédures.

■ *Engagement et santé : le cas du respect de la prescription*

On sait que le non-respect de la médication est un problème important et coûteux. Les médecins ont souvent souligné que l'adhésion des patients à ce processus est un facteur important. Il reste qu'il faut savoir comment le favoriser. Kulik et Carlino (1987) ont tenté de tester l'effet de l'engagement sur l'observation de la prescription. Leur recherche qui n'est pas une recherche isolée dans ce domaine tire toutefois son originalité du fait que le respect de la prescription portait sur un cas bien particulier où la prescription était accomplie par quelqu'un d'autre que le patient lui-même. Le cadre de la

médication prescrite pour des enfants atteints d'otites (33 % des visites pédiatriques) a servi de situation expérimentale. Dans ce cas, la responsabilité de la prescription incombe aux parents. On peut douter que cette prescription ne soit pas totalement suivie mais il faut savoir que certaines études ont montré que le taux de non-soumission au traitement prescrit peut atteindre 82 % des cas. Or, dans le cas de l'otite, le non-respect de cette prescription peut s'accompagner de graves complications.

Kulik et Carlino (1987) ont donc mené une expérimentation auprès de parents de quatre-vingt-neuf enfants âgés pour la plupart entre 2 et 8 ans, souffrant d'une otite et admis en service de pédiatrie. Après l'examen et le diagnostic de l'otite, le pédiatre informait les parents de la maladie et de son traitement (par administration d'antibiotiques essentiellement). Deux médicaments considérés par le médecin comme ayant la même efficacité et de même coût étaient prescrits pour une même durée afin enrayer l'infection (dix jours). À la moitié des parents, le médecin leur demandait de leur faire promettre de donner toutes les doses. Cette promesse était uniquement verbale. Il demandait également à la moitié des parents de choisir l'un ou l'autre des médicaments prescrits précédemment. Lors de la contre-visite qui avait lieu entre neuf et onze jours après, l'expérimentateur demandait aux parents s'ils accepteraient de participer à une enquête destinée à mettre au point une technique pour que les gens prennent des antibiotiques. Ce questionnaire permettait, par le biais de questions posées de manière anodine, d'estimer la soumission des parents avec les recommandations données par le médecin. On faisait aussi en sorte de vérifier les cas de non-soumission à la prescription afin de pouvoir estimer précisément les doses non remises (date d'arrêt, les oublis, etc.). Dans le même temps, une analyse d'urine destinée à évaluer la concentration de l'agent infectieux de l'otite était pratiquée de même qu'un examen médical destiné à évaluer l'évolution de la maladie et l'état de l'enfant. Les résultats obtenus ont été synthétisés dans le tableau 2.22 ci-dessous.

	Pas d'engagement verbal		**Engagement verbal**	
	Pas de choix du médicament	**Choix du médicament**	**Pas de choix du médicament**	**Choix du médicament**
Évaluation soumission	90.91	91.18	96.67	96.84
Évaluation médicale	86.36	82.35	95.83	94.74

Tableau 2.22

Taux de soumission avoué à la prescription (en %) et moyenne de l'état de santé du patient estimé par le médecin (100 = guérison totale estimée par le médecin)

Comme on peut le voir, les valeurs sont toutes, dans l'ensemble, élevées. Sans condition d'engagement, les parents ont majoritairement appliqué la prescription et l'état de santé des enfants est très satisfaisant. Toutefois, on peut observer que l'engagement verbal a conduit à une amélioration de l'état de santé de l'enfant et à un taux plus élevé de respect de la prescription avouée par les parents. En outre, des analyses statistiques complémentaires montreront de fortes corrélations entre la soumission reportée et les résultats à l'analyse d'urine ($r = .98$) et l'examen clinique de l'enfant ($r = .51$) : plus les parents respectaient scrupuleusement la prescription et plus l'état de santé de leur enfant s'améliorait. On mesure donc les avantages de l'engagement verbal employé par les médecins. Or cet engagement est simple, d'apparence peu engageante (il ne laisse pas de trace, il n'est pas public) et permet pourtant d'obtenir des effets positifs. On remarquera que le choix du médicament à administrer à l'enfant n'a pas eu d'effet. Pourtant, une telle demande a, en apparence, le potentiel d'activer le sentiment de liberté du sujet et donc induire plus d'engagement. On rappellera que la marge de manœuvre à l'efficacité des techniques d'engagement était faible si on considère le taux élevé de soumission en condition contrôle (pas de choix de médicaments et pas d'engagement verbal). L'aspect plus psychologique que fonctionnel du choix laissé aux parents explique peut-être cela. On a en effet dit aux parents que les deux médicaments étaient strictement identiques en termes de prix et d'efficacité, ce qui n'autorise qu'un choix aléatoire qui, de fait, n'aurait pas de propriétés engageantes. Le choix aurait été perçu comme équivalent par les parents et donc l'efficacité serait indépendante de leur contrôle.

■ *Engagement et réinsertion professionnelle : le cas d'une pédagogie libérale*

Le chômage de longue durée est une situation effroyable pour les personnes qui le vivent en raison de la régression énorme du pouvoir d'achat même le plus élémentaire que cela entraîne, mais également en raison du sentiment d'inutilité sociale qu'il peut produire. Il s'agit, de plus, d'une spirale infernale car la personne au chômage depuis longtemps est considérée par les éventuels employeurs comme moins adaptée aux contraintes de la vie professionnelle (déplacements, horaires fixes, etc.), moins aiguisée d'un point de vue technique (perte de compétence, oubli des spécialisations) ou psychologiquement diminuée (faible estime de soi, faible compétence sociale). Ajoutez à cela que l'on attribue souvent les événements négatifs durables non pas à des facteurs externes mais à des facteurs dispositionnels des personnes et vous avez là un ensemble de caractéristiques qui compromettent sérieusement la réinsertion professionnelle. Aussi, dans cette perspective, changer les mentalités des employeurs peut être judicieux. Impliquer plus fortement les chômeurs eux-mêmes peut également s'avérer utile dans ces circonstances. Accroître leur motivation intrinsèque par le biais de l'engagement pourrait s'avérer utile pour augmenter leur pugnacité à s'insérer, à démarcher, à convaincre.

Joule (1994) et Joule et Beauvois (1998) ont tenté d'opérationnaliser la théorie de l'engagement dans un contexte de réinsertion professionnelle. Leur objectif était d'impliquer plus fortement des chômeurs de longue durée dans un dispositif de formation. Lors de la présentation d'un stage de formation, un formateur précisait en détail les objectifs et le contenu du stage et les modalités de contrôle des gens qui suivraient cette formation. Dans un cas (groupe contrôle), le formateur précisait que la présence serait contrôlée (contrôle hebdomadaire) et que toute absence non justifiée pourrait se traduire par une sanction financière (retrait sur le salaire). Dans un autre cas (groupe expérimental), le formateur précisait qu'il était normalement tenu de vérifier la présence et qu'une absence injustifiée pouvait entraîner des sanctions financières mais il pensait que pour obtenir plus de gens motivés, il ne fallait pas les contraindre. Il précisait ensuite qu'il ne ferait pas d'appel et qu'il noterait tout le monde présent. Après cette formation, au contenu identique dans les deux groupes, les stagiaires la jugeaient à l'aide d'un questionnaire permettant d'évaluer l'intérêt éprouvé et la satisfaction ressentie. Les stagiaires devaient ensuite tenter de trouver un emploi. On a donc noté, dans les deux conditions, le taux de placement à l'issue de la formation et trois mois après. Ces résultats ainsi que les évaluations sont présentés dans le tableau 2.23 ci-dessous.

	Engagement	**Contrôle**
Évaluation		
Intérêt pour la formation	10.87	9.25
Satisfaction à l'égard de la formation	11.95	9.75
Comportement		
Placement à la sortie du stage	56.0	26.0
Placement à trois mois	69.0	35.0

Tableau 2.23

Moyenne des évaluations de la formation (note élevée = évaluation plus positive) et taux de placement des stagiaires (en %)

L'engagement a été suscité de manière extrêmement simple ici : on a activé le sentiment de liberté et de responsabilité personnelle chez le sujet en le rendant libre de suivre, ou pas, toute ou partie de la formation. Cette activation s'est faite en employant quelques mots et en adoptant une position de principe pour le formateur consistant à ne pas faire d'appel. Il est à noter que Joule et Beauvois (1998) ont montré que, dans les deux groupes, le taux d'absentéisme fut le même (15 %). De plus, chose intéressante, on observera

qu'en condition d'engagement, les stagiaires prévenaient le formateur de leur absence alors qu'il était mis devant le fait accompli en condition contrôle.

Il y a des résultats extrêmement intéressants dans cette recherche. On voit qu'en condition d'engagement, les stagiaires parviennent plus efficacement à s'insérer. Cela s'observe même après trois mois, ce qui montre la puissance et l'effet de persistance de l'engagement. De plus, alors que le contenu de la formation est identique pour les deux groupes, on observe que le seul fait de faire ou de ne pas faire l'appel exerce des effets puissants sur l'intérêt porté au stage. Le sentiment de liberté ressenti en situation d'engagement a conduit les gens à s'impliquer davantage dans le stage et à en retirer le bénéfice des pratiques qui s'y déploient. Il a aussi conduit les gens à être plus actifs dans leur recherche d'emploi.

■ *Engagement et adoption de comportements sécuritaires : le cas de la sécurité au travail*

S'il y a un domaine dans certaines entreprises qui fait l'objet de campagnes de prévention sans cesse renforcées et réitérées, c'est bien la prévention des accidents dont les coûts humains et économiques pour l'entreprise sont énormes. De multiples structures organisationnelles consacrent une part importante de leur formation à la prévention de l'accident.

Dans une recherche présentée en 1998, Joule et Beauvois rapportent une intervention d'ingénierie psychosociale réalisée dans une entreprise de fraisage et d'assemblage de pièces métalliques. Dans un tel environnement, les ouvriers sont fortement exposés au bruit. Ils doivent donc adopter un port de protection auditive. Or ce n'était pas le cas pour tous. Joule et Beauvois (1998) ont donc mis en place une méthodologie destinée à changer ces comportements. Dans un premier temps, chaque ouvrier était sollicité par un enquêteur, sur le lieu de travail, pour répondre à un petit questionnaire sur la santé en usine. Cela permettait de dissocier l'enquêteur de la direction car, dans ce contexte, une telle association conduirait inévitablement à de la réactance, ce qui est totalement contraire à l'esprit de liberté que suppose l'engagement. Après avoir répondu, l'enquêteur demandait à l'ouvrier s'il accepterait de participer à une réunion d'une heure prévue quelques jours plus tard pour parler justement de la sécurité à l'usine. Au cours de cette réunion, on essayait de conduire les ouvriers à donner publiquement leur avis et surtout à émettre publiquement un engagement d'accomplir un ou plusieurs actes concrets destinés à se prémunir du bruit. De manière individuelle, on faisait adopter un engagement verbal en public dans lequel l'ouvrier s'engageait à avoir, à sa disposition, sur le poste de travail, les protections disponibles et d'essayer plusieurs méthodes pour, finalement, choisir celle qui conviendrait le mieux. Par la suite, pendant dix jours, le comportement des ouvriers a été discrètement observé. On constatera que le

taux d'ouvriers à porter ses protections au moins une fois sur les dix jours est passé de 47 % à 88 %. Sur dix jours, le nombre moyen de jours où les ouvriers étaient vus avec leur protection est passé de 3.9 à 6.5.

Ici encore, l'engagement s'est révélé efficace pour changer un comportement. À chaque étape, un comportement ou une intention comportementale était obtenu. Un Pied-dans-la-Porte a amorcé cette procédure puis on a employé un engagement public à adopter un comportement complété par une situation de libre choix. Trois principes prédisposant à la production d'un engagement ont donc été utilisés : accomplissement d'un acte, caractère explicite du comportement par engagement public, sentiment de liberté. Il n'est donc pas étonnant que de tels résultats aient été obtenus.

■ *Engagement et application marketing : « sans engagement de votre part »*

Les applications que nous avons présentées ci-dessus portaient sur des comportements que nous pourrions qualifier de socialement utile. Pour autant, ils n'étaient absolument pas dénués d'intérêts économiques tant pour la société (écologie, travail) que pour l'entreprise (diminution des accidents). Une radicalisation plus poussée de ces applications au monde économique serait d'utiliser l'engagement à des fins d'adoption de comportements d'achat. On peut donc se demander s'il est possible de transposer la théorie de l'engagement et les principes qui engagent au domaine commercial ? En apparence, rien ne l'interdit d'un point de vue méthodologique même si, là, il est nécessaire de recourir à des méthodes plus originales peut-être. Il faut aussi évaluer le coût de ces méthodes. Si la mise en place d'une technologie d'influence comme peut l'être l'engagement coûte plus cher qu'elle ne rapporte, on ne voit pas l'intérêt que l'entreprise pourrait avoir à l'adopter.

Si rien n'empêche, en apparence, d'utiliser l'engagement à des fins commerciales, il reste que les applications réelles sont produites dans une certaine confusion qui permet difficilement d'évaluer leurs effets. D'autre part, pour le chercheur, il est plus difficile de disposer de recherches empiriques car on comprendra que de telles recherches sont difficiles à publier en raison, souvent, de l'intérêt stratégique qu'elles présentent pour les entreprises qui les utilisent. De plus, les gens du marketing ou les simples commerçants ne sont pas des gens aguerris à la méthodologie expérimentale et à la publication dans des revues. Joule et Beauvois (1989) dans un article consacré à la théorie de l'engagement en marketing ont exposé succinctement à quel point la production d'un comportement dans le cadre d'un processus de vente peut avoir de l'influence. Toutefois, ce travail étudiait plus les conditions et la méthodologie qu'il conviendrait d'employer mais n'a pas fourni de travail empirique.

Un ouvrage de Cialdini (1990) évoque des cas d'utilisation de la théorie de l'engagement dans un cadre commercial. L'un d'eux, employé par

certains industriels du jouet, est redoutable d'efficacité. Les industries du jouet sont souvent confrontées à des problèmes de trésorerie en début d'année (janvier et février) dans la mesure où leurs ventes sont en très nette diminution. On comprendra qu'après l'orgie des dépenses de Noël, les gens soient réticents à acheter des jouets dans les semaines qui suivent. Une des parades consiste, à grand renfort de publicité, à présenter un produit particulier dans les semaines qui précédent Noël afin de créer un fort appel de la part des enfants. Les parents essaient toujours de faire plaisir à leurs enfants en choisissant des jouets qui leur plaisent : pour les plus petits, la lettre au Père Noël est d'ailleurs une bonne source d'inspiration. De fait, les parents s'engagent implicitement envers leur progéniture et même, parfois, explicitement à acquérir le jouet convoité par l'enfant. Toutefois, les industriels qui ont anticipé cet engagement, se « débrouillent » pour que le jouet-cible soit distribué au compte-gouttes. Dans le même temps, ils n'hésitent pas à proposer des jouets avec des caractéristiques proches du produit-cible. Après plusieurs essais infructueux dans la recherche de ce jouet si rare, les parents voyant le 25 décembre approcher à grand pas n'ont pas d'autre solution que d'acheter autre chose à leur enfant. Puis, les fêtes étant passées, on refait une courte campagne de communication sur ce produit, on l'expose à profusion dans des endroits stratégiques. Le réflexe immédiat de l'enfant sera de solliciter ce jouet qui avait recueilli sa préférence quelques semaines plus tôt. De fait, le père ou la mère est à nouveau confronté(e) à la pression de cet engagement initial (il est même possible que certains enfants rappellent explicitement cet engagement : « Tu m'avais promis ») et n'a plus d'autre choix que d'acheter celui-ci.

Bien entendu, contrairement à précédemment, nous ne disposons pas ici d'une étude empirique ayant testé cet effet de l'engagement mais il n'y a pas de raison de douter de l'efficacité d'une telle méthode. Le sujet ici s'est engagé à faire quelque chose de non problématique (acheter un jouet) auprès de quelqu'un qui a une importance considérable à ses yeux (son enfant). Nul doute que nous soyons là dans une situation d'engagement.

L'engagement n'est pas utilisé que pour la vente de jouets. Les heures de connexions gratuites à Internet, les essais « sans engagement de votre part », les essais gratuits, les bilans gratuits que l'on vous propose, le choix à tout moment de disposer d'un crédit sur une carte, la possibilité de résilier un contrat, la participation à un jeu sans obligation d'achat… sont autant de techniques d'influence commerciale qui, peu ou prou, tentent d'obtenir de votre part un engagement ou mieux la production d'un acte qui vous prédispose déjà à aller plus loin, c'est-à-dire à effectuer un acte d'achat, prendre une carte de crédit, vous fidéliser. Il est d'ailleurs vraisemblable que si l'on examine précisément tout ce que les cabinets de marketing conçoivent, on puisse trouver, dans de nombreux cas, un respect des principes qui favorisent l'engagement.

■ *L'engagement : un puissant facteur d'influence du comportement*

Les applications que nous venons d'étudier présentent des cas bien précis d'utilisation de la théorie de l'engagement à des fins de changement ou d'adoption de comportements particuliers. Le spectre du registre comportemental est d'ailleurs immense et il n'y a pas de raison de penser qu'il y ait un comportement qui ne puisse échapper à cette règle. Toutefois, on ne peut calquer la méthodologie employée dans ces quelques applications à toutes les situations. Parfois, il faut aller loin pour obtenir ce que l'on escompte. Joule (1994) a montré que pour inciter du personnel hospitalier à faire des économies d'énergie à l'hôpital, il fallait un long travail de préparation des sujets (petit questionnaire préalable, entretiens individuels, plusieurs réunions de groupes, engagement en public, etc.). Même si, au final, le résultat est là (baisse de 25 % de la consommation d'énergie), il a fallu beaucoup « d'énergie » pour y parvenir. Plus le comportement recherché est coûteux, difficile à produire et plus la méthodologie d'influence à mettre en œuvre doit être pertinente, travaillée, affinée et répétée. On peut douter que l'on parvienne à conduire un gros fumeur à arrêter de fumer avec un simple engagement verbal fait à son médecin. De plus, comme le soulignent Joule et Beauvois (1998), toute mise en place d'un dispositif de changement des comportements ou d'adoption de comportement nouveau réclame une analyse préalable de la part du praticien qui prendra autant en compte le comportement lui-même (son coût, sa faisabilité, la répétition, etc.) que le contexte dans lequel il se produit (social, familial, professionnel, etc.). Il n'y a pas de recette pour chaque situation et seul un examen des faits, de l'objectif et des principes qui, théoriquement, sous-tendent la production de l'engagement, peuvent permettre de développer cette méthodologie spécifique.

Chapitre 3

LA SOUMISSION PAR INDUCTION SÉMANTIQUE ET NON VERBALE : CES MOTS ET CES COMPORTEMENTS QUI NOUS INFLUENCENT

Dans les travaux que nous avons présentés jusqu'ici, la plupart du temps, un comportement était exigé de la part du sujet, ou encore, le sujet se retrouvait placé dans une situation particulière destinée à permettre d'influencer son comportement. Avec l'obéissance à l'autorité, le recours à un cadre institutionnel, une figure d'autorité était nécessaire. Avec la soumission librement consentie, le recours à des procédures ou des techniques contrôlées permettait la production d'un comportement attendu. On peut toutefois se demander si, dans la vie quotidienne, des actes peu problématiques peuvent être obtenus par une manipulation plus subtile du contenu verbal d'une requête ou par des signes, d'apparence anodine, provenant du requêteur. Ce chapitre va tenter de vous montrer que, malgré l'extraordinaire complexité apparente de l'humain, des effets de soumission à une requête peuvent être obtenus avec bien peu de choses : un ou deux mots bien placés, le respect d'une norme, un geste opportun, un regard peuvent suffire pour induire une réponse comportementale dans des proportions plus importantes que si ces éléments sont absents.

1 LA SOUMISSION PAR INDUCTION SÉMANTIQUE : LE POUVOIR DES MOTS, DES PHRASES ET DES PROMESSES

Dans les deux précédents chapitres, on a pu voir que, à chaque fois, une requête ou une injonction était formulée au sujet auprès duquel un comportement était recherché. Cet énoncé de la demande apparaît nécessaire mais, dans ces travaux, la force d'influence ne résidait pas dans la sollicitation mais dans la façon d'amener cette sollicitation au sujet. Ainsi, avec le Pied-dans-la-Porte, on a pu voir qu'une petite requête précédait la requête réellement recherchée et que cette succession permettait d'augmenter la soumission. Toutefois, on se doit aussi d'admettre que le contenu verbal de la

demande peut faire l'objet d'investigations. Le travail du contenu du message est d'ailleurs une des principales clés de voûte des travaux en communication. Les médias modernes ont largement recours à un travail du contenu sémantique pour nous persuader. La publicité se fonde souvent sur le message pour nous influencer mais, là, comme c'est le cas de la communication, il s'agit d'affecter nos attitudes en espérant que cela conduira à affecter nos comportements ultérieurs. L'objectif de cet ouvrage est de se focaliser sur le comportement immédiat du sujet, sa soumission immédiate ou différée à une demande qu'on lui soumet. Aussi, dans cette perspective, nous ne présentons que les travaux qui ont testé, empiriquement, l'impact du contenu sémantique d'une requête sur le comportement des personnes.

1.1 Les petits ruisseaux font les grandes rivières : la technique du « même un sou nous suffira »

Si on se cantonne au titre, on pourrait penser que nous faisons à nouveau référence au Pied-dans-la-Porte. En fait non, puisque la technique que nous allons vous présenter n'utilise qu'une requête et c'est bien ce qui caractérise les techniques par évocation sémantique. Nous devons la première évaluation expérimentale de cette technique à Cialdini et Schroeder (1976). Ces chercheurs se rendaient au domicile de personnes habitant des quartiers résidentiels en se présentant comme membres d'une organisation de lutte contre le cancer qui recueillait des fonds pour la recherche. Puis, après cette présentation, l'expérimentateur remettait une enveloppe d'intention de remise de fonds. Il rajoutait ensuite qu'il (le sujet) les aiderait en donnant quelque chose. En condition expérimentale, l'expérimentateur rajoutait la phrase suivante : « Même un penny nous aidera. » En condition contrôle, cette mention finale n'était pas évoquée. L'expérimentateur remerciait ensuite le sujet et s'en allait. Les enveloppes qui étaient codées pour les besoins de l'expérimentation ont permis de mesurer le taux de personnes à avoir donné dans chacune des conditions ainsi que de mesurer le montant moyen des dons consentis. Les résultats obtenus sont présentés dans le tableau 3.1 ci-dessous.

	« Même un penny... »	Contrôle
Don	50.0 %	28.6 %
Montant moyen	1,54 $	1,44 $
Montant total	30,34 $	18,55 $

Tableau 3.1
Dons effectués (en %) et montant moyen des dons obtenus (en dollars US)

Comme on le voit, l'ajout de la mention « même un penny nous aidera » conduit plus favorablement les personnes à faire un don. Pour autant, le don moyen n'augmente pas. Au final, néanmoins, on observe que la technique conduit à une augmentation substantielle des dons recueillis et cela uniquement par l'adjonction de quelques mots à une requête.

Ce résultat n'est pas isolé et a été observé plusieurs fois (Reingen, 1977, 1978*a*). Reingen (1978*b*) a montré que le taux d'efficacité de cette technique était supérieur (47 % d'acceptation) à celui d'un Pied-dans-la-Porte (34 %) ou une Porte-dans-le-Nez (34 %) lorsqu'il s'agissait d'obtenir des dons en faveur de la prévention des maladies cardio-vasculaires. En condition contrôle, cette noble cause recueillait un taux d'acceptation de 19 %. Ce chercheur observera toutefois qu'un Pied-dans-la-Porte dont la requête finale se terminait par la mention « même un sou nous aidera » conduisait à une augmentation du montant moyen des dons consentis. Reeves, Macolini et Martin (1987) sont parvenus à augmenter les dons accordés à une association en faveur de l'accueil d'adolescents perturbés. En outre, ces auteurs ont montré que le taux de donateurs était augmenté si une petite somme était mentionnée : « même un dollar nous aidera ». De la même manière, Reeves et Saucer (1993) montreront que lorsque le solliciteur récupérait immédiatement les dons, la mention : « Même un penny nous aidera » conduisait à augmenter le nombre de donateurs mais également le montant moyen des dons accordés. Enfin, dans le cadre d'une collecte de fonds pour la cause animale, Perrine et Heather (2000) montreront que cette mention : « Même un sou nous aidera » sur une affiche présentant la cause et la demande de fonds suffisait pour augmenter les dons recueillis dans des urnes placées dans des lieux publics où les sujets n'étaient aucunement sollicités par une personne.

Dans l'ensemble, ces travaux semblent attester que la mention : « Même un sou suffira, nous aidera, etc. » conduit à augmenter le nombre de donateurs et, dans certaines circonstances, à augmenter le montant moyen des dons. Pour Cialdini et Schroeder (1976), cet effet serait obtenu parce que cette demande conduirait à accroître, chez le sujet, la perception du besoin qu'aurait l'organisation. Cette nécessité rendue plus saillante déclencherait plus favorablement le comportement de don de la part du sujet. Pour Reeves et Saucer (1993), la mention : « Même un sou nous aidera » rendrait la demande plus légitime et il serait alors difficile pour le sujet de refuser celle-ci. Les excuses traditionnelles ne pourraient plus être fournies notamment dans une situation de face-à-face qui nécessite une justification au refus. Si le nombre de recherches sur cette technique est faible pour tester la pertinence de cette explication théorique, on voit qu'elle n'en est pas moins efficace. Ici, les recherches à venir devront tenter d'évaluer si cette simple mention a bien la capacité d'induire cette perception plus grande du besoin ou la plus forte légitimité de la demande.

1.2 Évocation de la liberté et manipulation : la technique du « mais vous êtes libre de… »

> Rien de plus facile que de créer un contexte de liberté. Il suffit d'assortir la requête faite à l'acteur d'une phrase affirmant qu'il est libre de faire ou de ne pas faire ce qu'on attend de lui.
>
> (Joule et Beauvois, 1998, p. 71).

La liberté d'agir dans nos démocraties avancées ne serait-elle pas l'arme absolue des manipulateurs ? Croyant agir en toute liberté, nous serions, en fait, manipulés par celle-ci. On rappellera que le sentiment de liberté associé à un comportement émis par une personne est, selon Kiesler et Sakumura (1966), une des conditions favorisant l'engagement et donc la probabilité qu'un individu émette le comportement attendu par une personne. Nous avons vu à quel point l'engagement est un puissant facteur d'influence du comportement et que l'on doit toujours veiller à activer, chez le sujet, le sentiment selon lequel il est libre. Comme l'évoque si bien la citation de Joule et Beauvois (1998) ci-dessus, il se pourrait que la simple référence sémantique de la liberté soit une condition suffisante d'influence de nos actes. De fait, les techniques d'influence que nous avons étudiées précédemment utilisent souvent une référence à la liberté du sujet : « Je ne veux pas vous obliger », « C'est à vous de voir », « Vous êtes libre ». De plus, nos interactions sociales quotidiennes emploient des phrases qui ont pour objectif de rendre le sujet responsable de décider de ce qu'il doit faire : « Je ne veux pas te forcer mais… », « Vous faites comme vous voulez », « C'est toi qui décides ». Paradoxalement, même si les chercheurs ont souvent ponctué leurs requêtes avec ce type de phrases et même si leur emploi est fréquent dans les situations où d'ordinaire nous essayons de convaincre quelqu'un de faire quelque chose, l'effet de cette évocation sémantique n'a pas été étudié de manière expérimentale. En fait, elle accompagne des requêtes qui, elles-mêmes, s'inscrivent dans le cadre de procédures d'influence du comportement mais l'effet isolé de cette évocation de la liberté n'a pas fait l'objet d'investigations empiriques. Aussi, nous avons conduit un certain nombre d'expériences très récentes où l'évocation sémantique de la liberté a été testée en tant que seul critère distinctif entre deux conditions expérimentales.

1.2.1 « Vous êtes libre de… » : l'expérience princeps

Dans une première recherche conduite sur l'évocation de la liberté (Guéguen et Pascual, 2000), un compère demandait à des personnes prises au hasard dans la rue de lui donner un peu d'argent pour acheter un ticket de bus. En condition contrôle, le compère abordait le sujet en lui disant poliment : « Excusez-moi Madame/Monsieur, auriez-vous quelques pièces pour prendre le bus, s'il vous plaît ? ». En condition expérimentale, le compère formulait, sur le même ton, la requête suivante : « Excusez-moi

Madame/Monsieur, auriez-vous quelques pièces pour prendre le bus, s'il vous plaît ? Mais vous êtes libre d'accepter ou de refuser. » Le compère évaluait alors si le sujet consentait ou pas à sa requête. Dans le cas d'une réponse positive, il attendait que le sujet lui remette l'argent afin d'en évaluer le montant. Les résultats qui furent obtenus sont présentés dans le tableau 3.2 ci-dessous.

	Évocation sémantique de la liberté	Pas d'évocation de la liberté
Taux d'acceptation de la requête (en %)	47.5	10.0
Montant moyen des dons consentis (en euros)	1,07 €	0,49 €

Tableau 3.2
Taux d'acceptation de la requête et montant moyen des dons selon les conditions de sollicitation

Comme on le voit, non seulement le nombre de personnes qui accèdent à la requête est largement supérieur en condition d'évocation sémantique de la liberté, mais encore, ces personnes ont-elles tendance à donner plus. Ce résultat a été confirmé par une autre expérience (Pascual et Guéguen, 2002) auprès de sujets qui, de fait, acceptent dans sa totalité la requête mais qui, ensuite, doivent décider du niveau d'implication qu'ils vont y mettre. L'un des auteurs, sapeur-pompier volontaire de son état, a mené cette expérience durant la traditionnelle proposition des calendriers des sapeurs-pompiers en fin d'année. Aux personnes qui demandaient combien elles devaient donner (environ 17 % des personnes sollicitées), l'expérimentateur disait : « Cela varie, mais en général les gens donnent 30 francs » (condition contrôle). Dans une condition expérimentale, il disait au sujet, sur le même ton : « Cela varie. En général les gens donnent 30 francs mais vous êtes absolument libre de donner ce que vous voulez. » Il s'est avéré que les montants moyens consentis furent de 41,2 francs (6,25 euros) en condition contrôle contre 53,3 francs (8,12 euros) en condition « vous êtes libre de… ». Ainsi, le montant moyen consenti par les personnes augmente d'environ 23 % lorsque l'expérimentateur évoque la liberté de donner ce qu'elles veulent. Ce dernier résultat, tout comme celui observé précédemment sur le montant d'un don dans la rue ne nous a pas surpris car, enfin, dans cette condition, une nouvelle condition de liberté était introduite puisque le sujet pouvait choisir le montant qu'il devait donner. Dans la mesure où l'évocation de liberté avait déjà été faite, il est possible qu'elle ait renforcé ce sentiment lors de la remise du don et a donc conduit le sujet à accorder une aide plus substantielle. Cet effet nous a été confirmé par une autre expérience conduite récemment (Pascual et Guéguen, 2002) dans laquelle on fixait une somme à donner

qui, en l'occurrence était inférieure à la moyenne des dons spontanés des personnes. Ainsi, dans cette nouvelle expérience on disait aux sujets : « Excusez-moi Madame/Monsieur, auriez-vous un franc ou deux pour prendre le bus, s'il vous plaît ? Mais vous êtes libre d'accepter ou de refuser. » On observera, à nouveau, que l'évocation de la liberté a permis d'obtenir plus d'acceptation de la requête. En ce qui concerne le montant des dons, une moyenne de 1,50 franc (0,23 euro) a été obtenue dans le groupe contrôle tandis que, dans le groupe expérimental, cette moyenne a été de 2,10 francs (0,32 euro).

Dans un premier article de synthèse des travaux sur cette nouvelle technique (Pascual et Guéguen, 2002), nous avons réalisé un certain nombre de réplications de ces recherches dont le résumé est présenté dans le tableau 3.3 ci-dessous.

Requête	« Vous êtes libre de… »	Contrôle
Donner quelques pièces à un inconnu pour lui permettre de prendre le bus.	43.8 %	10.0 %
Donner un euro ou deux à un inconnu pour lui permettre de prendre le bus.	41.3 %	25.0 %
Donner un euro à un inconnu pour le dépanner.	45.0 %	24.0 %
Donner de la monnaie à un inconnu pour le dépanner.	39.1 %	10.0 %
Donner de la monnaie à un inconnu pour le dépanner.	40.6 %	23.1 %
Total	41.5 %	24.2 %

Tableau 3.3

Synthèse des travaux sur la technique du « mais vous êtes libre de… » en condition de sollicitation de dons

Malgré certaines différences ici ou là, on voit qu'il y a une assez forte stabilité des résultats en condition expérimentale. Au final, un gain moyen de 23 % d'acceptation de la requête a été obtenu lorsque l'évocation sémantique de la liberté était faite. Ces quelques mots suffisent donc pour qu'une personne sur quatre qui n'aurait pas donné en situation ordinaire accepte votre requête.

1.2.2 Une efficacité même sans sollicitation en face-à-face

Les recherches que nous avons présentées sur la technique du « Mais vous êtes libre de… » ont toutes été réalisées en face-à-face. Il est donc possible

que l'évocation de la liberté ne soit pas le seul facteur d'influence et que des effets de perception positive du solliciteur puissent intervenir : perception positive activée par le fait que celui-ci se conforme à une norme de politesse en adressant sa requête.

Afin de tester l'effet simple de cette évocation sémantique de la liberté, une recherche récente de Guéguen, LeGouvello, Pascual, Morineau et Jacob (sous presse) a testé cette technique dans le cas d'une interaction par e-mail. L'objectif était de voir si on pouvait augmenter le trafic sur un site en faveur d'une cause humanitaire (les enfants victimes des mines antipersonnelles répandues dans le monde). Le site s'appelait « Enfance victime de Mines » et présentait directement, dans sa page d'accueil, des photos d'enfants victimes de ces traumatismes ainsi qu'un texte de sensibilisation. Un courrier était adressé par le biais d'un logiciel de mailing de courriers électroniques à neuf cents personnes dont les adresses avaient été capturées sur le Web. Ce message contenait le texte suivant « Donnez cinq minutes de votre temps à l'enfance victime des mines en cliquant sur… » Sous ce texte, une page HTML apparaissait qui contenait un bouton de 1 centimètre x 7 centimètres. Selon le cas, le message suivant était inscrit sur ce bouton : « Nouveau » pour un groupe, « Cliquez ici » pour un second et : « Vous êtes libre de cliquer ici » pour le troisième. Un lien hypertexte était associé au bouton et activait l'affichage du site conçu pour l'occasion. Ce site contenait une seule page et la seconde partie de celui-ci sollicitait les personnes à signer une pétition contre les mines. Les personnes étaient encouragées à signer cette pétition en inscrivant leur nom, prénom et adresse électronique sur un formulaire comprenant ces trois champs de saisie. Un bouton d'envoi de la signature permettait de concrétiser cette volonté.

Le comportement des sujets était mesuré à l'aide de deux variables : 1) le nombre de sujets qui ont cliqué sur le bouton d'accès au site après avoir reçu le e-mail ; 2) le nombre de sujets ayant rempli et adressé le formulaire de pétition présent sur le site. Les résultats obtenus sont présentés dans le tableau 3.4 ci-dessous.

	Message sur le bouton		
	« Nouveau »	**« Cliquez ici »**	**« Vous êtes libre de cliquer ici »**
Variable mesurée			
Taux de visites du site	52,7	65.3	82.0
Taux de signataires de la pétition	4.0	5.7	7.3

Tableau 3.4

Taux de visites du site et de signature de la pétition dans les trois conditions expérimentales (en %)

L'analyse statistique confirme un effet général du type de message utilisé sur le comportement des internautes tandis que les comparaisons deux à deux montrent que le groupe « Vous êtes libre de cliquer ici » présente un taux de visites statistiquement supérieur à celui de chacun des deux autres groupes. Cela confirme donc l'efficacité de l'évocation de la liberté sur le comportement du sujet. Toutefois, en ce qui concerne le taux de signature de la pétition, aucune différence générale entre les trois groupes n'a été observée et seul un effet tendanciel entre le groupe « Vous êtes libre de cliquer ici » et le groupe « Nouveau » est observé. Il semble donc que le message n'ait eu qu'une faible incidence sur le comportement ultérieur du sujet. Un tel résultat va d'ailleurs dans le sens d'une faible persistance de cette évocation sémantique de la liberté évoqué ci-dessous. On peut penser qu'un effet positif de l'évocation de la liberté sur le taux de signature aurait pu être obtenu si cette évocation avait, à nouveau, été réalisée sur la page contenant le formulaire de la pétition.

L'ensemble de ces premiers travaux sur la technique du « Mais vous êtes libre de… » atteste de l'importance de cette évocation. Même si ces travaux sont récents, nous avons tenté d'aller plus loin pour comprendre le mécanisme qui déclenche un tel effet. Puisqu'il s'agit d'un effet obtenu par simple évocation sémantique, on pouvait penser que celui-ci serait de courte durée et qu'il ne pouvait s'obtenir qu'au moment de l'évocation. Le temps passant, ce sentiment de liberté activé par l'évocation de la liberté s'éteint et ne permet plus d'obtenir l'effet d'influence observé traditionnellement. D'une certaine manière, l'absence d'effet sur la signature de la pétition dans l'expérience précédente va dans ce sens mais ce facteur n'a pas été testé de manière expérimentale. Une expérimentation de Guéguen, Pascual et Dagot (2001) a donc évalué l'effet de cette évocation dans le temps.

Le cadre d'un questionnaire commandé par une association de commerçants d'une petite ville a servi de terrain d'expérimentation. Des enquêtrices sollicitaient des personnes dans des bars et magasins. En condition contrôle, le compère abordait le sujet en lui disant poliment : « Excusez-moi Madame/Monsieur, je participe à un projet d'étude de la perception des commerçants et des artisans chez les habitants de la commune de L… Accepteriez-vous de répondre à ce questionnaire qui contient vingt questions ? » En condition expérimentale, le compère formulait, sur le même ton, la requête suivante : « Excusez-moi Madame/Monsieur, je participe à un projet d'étude de la perception des commerçants et des artisans chez les habitants de la commune de L… J'ai quelque chose à vous demander mais vous êtes bien entendu libre d'accepter ou de refuser. Accepteriez-vous de répondre à ce questionnaire qui contient vingt questions ? » En condition de sollicitation différée, si le sujet acceptait, le compère lui soumettait alors le questionnaire en lui demandant de le déposer chez n'importe quel commerçant puisque tous étaient prévenus de la conduite de l'étude et que celui-ci se chargerait de le transmettre. En condition de

soumission immédiate, le compère remettait alors un crayon et un questionnaire vierge au sujet en lui disant que dès qu'il l'aurait complété, il pourrait le donner au gérant ou au patron qui se chargerait de le transmettre. Comme les questionnaires étaient codés, on a pu déterminer la condition dans laquelle chaque sujet se trouvait. On a mesuré, ici, l'acceptation verbale mais également le taux réel de personnes ayant répondu au questionnaire. Les résultats obtenus sont présentés dans le tableau 3.5 ci-après.

	Expérimental	**Contrôle**
Demande de remplissage immédiat		
Acceptation verbale	90.5	74.3
Acceptation comportementale	75.4	61.8
Demande de remplissage différé		
Acceptation verbale	86.9	77.3
Acceptation comportementale	18.8	13.6

Tableau 3.5

Taux d'acceptation verbale et taux de remplissage effectif du questionnaire (en %)[1]

Ici, un effet positif de l'évocation de la liberté est observé sur l'acceptation verbale dans les deux conditions de délai. Toutefois, lorsque l'on mesure l'acceptation comportementale, on voit que cette évocation n'est efficace qu'à court terme. Avec le temps, il semble que l'évocation de la liberté exerce moins de pression à se soumettre.

Les résultats obtenus dans cette dernière expérimentation sont en adéquation avec les principes présidant à l'engagement énoncé par Kiesler et Sakumura (1966). En effet, on sait que « l'irrévocabilité de l'acte » est un facteur prédisposant de l'engagement. Or, ici, en laissant le temps au sujet pour émettre le comportement attendu, on a pu diminuer ce sentiment d'irrévocabilité activé initialement par l'évocation de la liberté de décision du sujet. Une expérience menée par Doob et Zabrack (1971) a conduit à obtenir un résultat similaire. Ces auteurs avaient sollicité des personnes par courrier afin qu'elles remplissent et retournent un questionnaire par voie postale dans les trois jours. Selon le cas, la requête était accompagnée d'une induction

1. Le taux d'acceptation verbale est calculé sur l'ensemble des personnes sollicitées tandis que le taux d'acceptation comportementale est calculé sur le nombre de personnes ayant accepté le questionnaire.

d'un sentiment de liberté (« Nous apprécierions que vous nous renvoyiez le questionnaire… ») ou de privation de liberté (« Renvoyez-nous le questionnaire… »). Les résultats indiquèrent que le taux de retour des questionnaires était identique dans les deux conditions. Ainsi, tout semble se passer comme si le temps effaçait l'effet d'influence de l'induction d'un sentiment de liberté. En effet, dans l'expérience de Guéguen, Pascual et Dagot (2001), le fait de différer l'émission du comportement attendu (ramener le questionnaire) de quelques heures, désengage le sujet de la réalisation de ce comportement. Ceci met en évidence une limite de la technique du « Mais vous êtes libre de… », à savoir que l'effet d'influence de l'induction du sentiment de liberté est exploitable uniquement si le sujet doit effectuer le comportement-cible immédiatement après avoir été déclaré libre. Il conviendrait maintenant de déterminer la durée de vie de cette évocation en travaillant, comme cela a été fait avec le Pied-dans-la-Porte, sur une large plage de délais. Il serait également intéressant de voir si cette évocation de liberté peut être maintenue en faisant en sorte que le sujet reste exposé au message en permanence par exemple en faisant mention de sa liberté à répondre sur le questionnaire.

La technique du « Mais vous êtes libre de… » apparaît donc comme une nouvelle technique d'influence du comportement qui vient confirmer, si besoin était, la force engageante d'un des principes présidant à l'engagement énoncé par Kiesler et Sakumura (1966). Comme elle s'obtient par simple message, on peut penser qu'elle peut être aussi efficace par écrit que par oral. Il est possible que cela puisse offrir des perspectives nouvelles dans le cadre de procédures d'engagement à vaste échelle notamment par le biais de campagnes de communication ou par voie postale. Cela a été mis en évidence avec la technique du « Même un sou nous aidera » (Perrine et Heather, 2000). On peut donc penser que le même résultat puisse être obtenu avec l'évocation sémantique de la liberté. En outre, beaucoup d'expressions font plus ou moins explicitement référence à cette liberté (« À vous de voir », « Je ne veux pas vous forcer », etc.) et pourraient donc être aisément testées de la même manière.

1.3 « Comment allez-vous ? » : la technique du Pied-dans-la-Bouche

On a déjà eu l'occasion de voir, dans le précédent chapitre, que le fait de produire des réponses anodines conduit parfois à influencer un comportement ultérieur. On se rappellera à ce propos de l'expérience de Greenwald, Carnot, Beach et Young (1988) qui ont montré lorsque l'on demandait à quelqu'un, la veille d'élections, s'il avait l'intention de voter, que cela conduisait à réellement influencer son comportement comparativement à une

situation contrôle où on se contentait de parler de ces élections. Un tel effet est conforme à la théorie de l'engagement de Kiesler (1971) : le fait, pour une personne, de tenir une position quelconque devant autrui conduira cette personne à maintenir cette position afin de garder une apparence de consistance. On peut penser que de nombreuses phrases « rituelles » de notre vie courante pourraient avoir la même propriété d'engagement et d'induction d'un état cognitif prédisposant à l'accomplissement ultérieur d'un comportement.

Ainsi, si on considère le fait que la réponse à la question « Comment vous sentez-vous ? » est un rituel de réponse consacré conduisant à répondre favorablement « Je vais bien », « Ça va », cela peut constituer une pression à être consistant, par la suite, avec cette réponse. Cette pression sera d'autant plus grande que celui qui a posé la question rituelle et qui obtient la réponse rituelle se déclare « heureux de l'entendre ». En effet, l'écho de la réponse rend la position du sujet publique et donc engageante, ce qui aurait pour conséquence de faciliter l'adoption d'un comportement consistant avec cette réponse. On peut donc s'attendre à ce qu'une sollicitation destinée à aider ceux qui ne vont pas bien conduira plus favorablement les gens manipulés verbalement à accepter la requête. Ce mécanisme élaboré initialement par Howard (1990) a été appelé le Pied-dans-la-Bouche.

L'expérience mise au point par Howard impliquait des personnes prises au hasard dans le répertoire téléphonique d'une ville. L'expérience se déroulait par téléphone. L'expérimentateur se présentait au sujet comme quelqu'un appartenant à une association de lutte contre la faim. Il demandait ensuite au sujet s'il était intéressé par l'achat de cookies qu'une personne allait venir vendre dans son quartier au profit de l'association. L'expérimentateur rajoutait que s'il était intéressé, la personne viendrait faire la livraison à son domicile. En condition de Pied-dans-la-Bouche, cette formulation de la requête était précédée par une demande sur l'état du sujet. En effet, après que le sujet ait décroché, l'expérimentateur lui disait : « Bonsoir Madame/Monsieur. Comment vous sentez-vous ce soir ? » Si le sujet répondait positivement, l'expérimentateur rajoutait qu'il « était heureux de l'apprendre ». Si le sujet répondait négativement, l'expérimentateur disait qu'il « était désolé de l'apprendre ». À la suite de cela, la même formulation que celle utilisée pour le groupe contrôle était utilisée : l'expérimentateur se présentait et expliquait l'action de son association.

Les résultats montreront que si 10 % des sujets ont accepté la requête en condition contrôle, ils ont été 25 % en condition de Pied-dans-la-Bouche. Il semble donc que le fait de demander comment quelqu'un se porte avant de formuler une requête pour une bonne cause accroît la soumission à cette requête. Il est possible que le fait de répondre que l'on se sent bien conduit le sujet, par la suite à se « montrer digne » de ses paroles et donc à accepter plus favorablement la requête. Bien entendu, cette expérience n'était que la

première et certaines incertitudes ou interprétations complémentaires pouvaient être envisagées pour expliquer les résultats. Ainsi, il est possible que la demande initiale sur la façon dont la personne allait ait conduit le sujet à percevoir plus favorablement le demandeur. Aussi, afin de tester cet effet, Howard (1990) a réalisé une seconde expérimentation où il a fait varier quelque peu les conditions. Il procédait comme précédemment en condition de Pied-dans-la-Bouche mais il a introduit deux autres conditions. Pour l'une dite « simple question », l'expérimentateur demandait au sujet comment il allait mais n'attendait pas la réponse pour formuler sa requête d'achat de cookies. Dans l'autre condition dite « simple déclaration », l'expérimentateur disait qu'il « espérait que le sujet allait bien ce soir » puis formulait sa demande comme précédemment. Les résultats qui furent alors obtenus sont présentés dans le tableau 3.6 ci-dessous.

Simple question	Simple déclaration	Pied-dans-la-Bouche
15.0	15.0	32.5

Tableau 3.6

Taux d'acceptation de la requête d'achat de cookies (en %)

Il semble donc que ce n'est pas le simple contact ou la formule de politesse dans l'accueil qui explique l'effet du Pied-dans-la-Bouche mais bien la réponse du sujet. De fait, on pourrait suspecter que la réponse fournie est en lien avec le niveau d'acceptation de la requête par le sujet. Puisque celui-ci tient compte de la réponse qu'il donne, on peut penser que le caractère positif/négatif de son état publiquement présenté a une incidence sur son comportement. Si la réponse est positive, cela devrait induire une réponse favorable à l'égard de la requête du solliciteur. Si la réponse est négative, cela devrait conduire à une réponse négative. Une troisième expérience menée par Howard a décomposé les taux de soumission à la requête selon les réponses fournies par les sujets lorsque le solliciteur leur demandait comment ils allaient. Une réplique de la première expérience comparant situation contrôle et Pied-dans-la-Bouche a été faite. Cette fois, une analyse des réponses des sujets à la demande concernant leur état en condition de Pied-dans-la-Bouche était réalisée. Trois catégories étaient constituées en fonction des réponses : très favorable (« Je vais très bien », « Super », etc.), moyennement favorable (« Pas mauvaise », « Ça peut aller »…) ou faiblement favorable (« Pas bien », « Ça va mal », etc.). Il est à noter que, dans cette expérience, on mesurait à la fois le taux d'acceptation de la requête mais également le nombre de cookies désirés par les sujets ayant accepté d'en acheter. Les résultats obtenus sont présentés dans le tableau 3.7 ci-contre.

	Acceptation requête	Nombre de cookies achetés
Moyenne Pied-dans-la-Bouche	31.7	2.90
Pied-dans-la-Bouche selon réponse		
Très favorable	46.2	2.90
Moyennement favorable	30.5	2.80
Peu favorable	8.3	3.00
Contrôle	17.5	3.00

Tableau 3.7

Taux d'acceptation de la requête (en %) et nombre moyen de cookies achetés selon les conditions expérimentales et le type de réponse fournie par les sujets en condition de Pied-dans-la-Bouche

Un effet du Pied-dans-la-Bouche est observé ici mais il ne s'observe que sur la soumission à la requête et ne conduit pas à influencer la commande du sujet. Le type de réponse influence également la soumission puisqu'il semble qu'il y ait une volonté du sujet à se comporter en accord avec les réponses qu'il fournit. On notera que l'absence d'effet sur la commande est à relativiser puisqu'une recherche de Dolinski, Nawrat et Rudak (2001) a montré que lorsque l'on utilisait un Pied-dans-la-Bouche pour obtenir des dons en faveur d'une association pour enfants, les dons accordés par les sujets étaient plus importants. Il semble donc que cette technique peut également conduire le sujet à s'impliquer davantage dans la requête.

Comme on a pu le voir dans ces premiers travaux de Howard (1990), les réponses publiques associées à des questions anodines peuvent influencer le comportement des gens. Cette technique du Pied-dans-la-Bouche apparaît d'autant plus efficace qu'elle ne s'apparente pas à une technique proprement dite dans la mesure où elle se contente d'utiliser un propos convenu dans les interactions sociales. On notera que l'effet du Pied-dans-la-Bouche a été obtenu ici à trois reprises, ce qui semble démontrer la robustesse de l'effet. Une recherche récente de Fointiat (2000) menée en France a confirmé cet effet alors que des sujets étaient incités lors d'une interaction faite en porte-à-porte (en face-à-face donc) à donner des produits d'épicerie au profit d'une association caritative. Le Pied-dans-la-Bouche a conduit 40 % des sujets à donner contre 27 % en condition contrôle. De plus, dans cette expérience, une Porte-dans-le-Nez combinée avec un Pied-dans-la-Bouche était manipulée. L'expérimentateur demandait au sujet comment il allait puis formulait une requête exorbitante qui était refusée (donner quelque chose chaque semaine pendant trois mois). Puis, la requête finale était enfin déclinée. Dans cette condition, on observera que 60 % des sujets ont accédé à la requête.

Pour Fointiat (2000), l'engagement expliquerait également l'efficacité de cette combinaison. Le Pied-dans-la-Bouche conduirait le sujet à accomplir un certain comportement, mais comme le refus de la première requête vient jeter le doute sur cet engagement, le sujet consent plus volontiers à la seconde requête car celle-ci vient rendre saillant l'engagement initial activé par le Pied-dans-la-Bouche. Comme on le voit, cette expérience confirme l'efficacité du Pied-dans-la-Bouche dans une autre culture et avec un autre mode d'interaction. Toutefois l'hypothèse d'engagement renforcée par la Porte-dans-le-Nez reste encore à démontrer ici car, en fait, on ne sait pas si c'est la combinaison des deux techniques qui augmente la soumission ou simplement l'utilisation d'une Porte-dans-le-Nez.

Lorsqu'il s'agit d'une sollicitation à caractère commercial, on observe également un effet positif du Pied-dans-la-Bouche. Ainsi, Dolinski, Nawrat et Rudak (2001) ont demandé à une femme d'aborder d'autres femmes dans la rue en leur proposant des pastilles pour « dégager » la gorge. En condition de Pied-dans-la-Bouche, le compère demandait au préalable au sujet comme il allait aujourd'hui. S'il répondait positivement, le compère rajoutait qu'il était ravi de l'apprendre. S'il déclarait aller mal, le compère disait qu'il était désolé d'apprendre que cela n'allait pas. En condition contrôle, cette demande sur l'état n'était pas faite. Les résultats montreront que 22 % des sujets ont accédé à la requête du compère contre 4 % en condition contrôle. Toutefois, contrairement à ce que Howard (1990) avait observé, Dolinski *et al.* (2001) n'ont pas trouvé de différence de comportement chez les personnes déclarant aller bien ou ne pas aller très bien. Il est à noter que l'expérience a été menée en Pologne. Or, Dolinski *et al.* (2001) considèrent que, dans ce pays, il n'est absolument pas contre-normatif d'exprimer une humeur négative et que cela n'a pas pour autant la capacité à activer un état particulier chez la personne. Du coup, cela n'affecte pas le comportement ultérieur du sujet.

Pour Aune et Basil (1994), l'engagement à produire un comportement congruent avec l'état activé par la question du solliciteur ne serait pas le seul facteur à expliquer l'effet du Pied-dans-la-Bouche. Pour ces auteurs, lorsque l'on demande à quelqu'un comment il va et lorsque cette personne nous répond, on crée une relation d'intimité plus importante. Comme on montre qu'on s'intéresse à l'autre (en l'occurrence le sujet), par effet de réciprocité, autrui sera conduit à nous donner quelque chose en retour et donc à accepter la requête. Ces chercheurs répliqueront le paradigme du Pied-dans-la-Bouche avec une demande de don au profit d'une association caritative. Ils montreront une efficacité de cette technique (26 % d'acceptation contre 10 % en condition contrôle), ce qui renforce encore plus la robustesse et la généralisation de cette technique. Toutefois, ces chercheurs montreront également que lorsque l'on renforce l'intimité entre solliciteur et sujet par le biais d'une même appartenance au groupe social (« Bonjour, tu es étudiant dans cette université ? [Oui] Formidable moi aussi »), on obtient plus

d’acceptation à la requête (47 %). De plus, lorsque l’on fait évaluer le degré d’intimité et de proximité entre solliciteur et sujet en montrant la scène de l’interaction, on observe un niveau plus élevé en condition de Pied-dans-la-Bouche par rapport à la situation contrôle. Le Pied-dans-la-Bouche activerait donc ce sentiment d’intimité qui conduirait à augmenter la probabilité d’accepter la requête. Cette hypothèse intéressante reste toutefois à démontrer et la condition d’intimité par appartenance au groupe social ne tranche pas définitivement le débat sur l’effet du Pied-dans-la-Bouche. Pour Dolinski *et al.* (2001), lorsque l’on demande à quelqu’un comment il va, que l’on attend sa réponse et qu’on lui répond ensuite, on s’engage dans un processus d’échange avec une personne tandis que lorsque l’on se contente de lui soumettre la requête ou alors lorsqu’on lui demande comment il va sans attendre sa réponse, on est dans une situation de monologue. De fait, la situation d’échange prédisposerait à accéder à la requête dans la mesure où il s’agit d’une situation d’interaction classique avec nos amis ou nos relations proches. Par effet d’automatisme, en créant un dialogue par l’emploi du Pied-dans-la-Bouche, on créerait aussi le sentiment d’une relation plus proche avec le requêteur, ce qui conduirait à accéder plus favorablement à sa requête. Ces chercheurs ont d’ailleurs montré, à plusieurs reprises, que l’on pouvait obtenir le même effet que le Pied-dans-la-Bouche en installant une situation d’échange. Ici, leur compère demandait à une personne sur un campus si elle était étudiante et comme elle répondait par l’affirmative (sur un campus on trouve essentiellement des étudiants), le compère répondait que lui aussi était étudiant. Pour ces auteurs, le Pied-dans-la-Bouche serait obtenu par cet état d’activation d’une relation plus proche de celle que l’on a avec des amis, ce qui prédisposerait à l’aide ultérieure. On voit que nous ne sommes pas loin du concept de relation d’intimité avancée par Aune et Basil (1994). La différence entre ces chercheurs porte sur la raison expliquant l’effet de cette intimité. Chez Aune et Basil (1994), le sujet accéderait à la requête par effet de réciprocité envers quelqu’un qui s’intéresse à lui tandis que chez Dolinski *et al.* (2001), la réponse serait le fait d’un apprentissage social faisant que l’on doit accéder aux requêtes de nos amis et relations. À ce stade, les travaux sur le Pied-dans-la-Bouche sont encore trop peu nombreux pour permettre d’isoler le ou les facteurs explicatifs à l’effet d’influence de cette technique sur le comportement de soumission. On voit néanmoins que cette technique suscite de l’intérêt théorique chez les psychologues sociaux.

1.4 Décomposition d’une offre et comparaison : la technique du « Et ce n’est pas tout ! »

Pour avoir l’impression que nous faisons une bonne affaire, il n’y a pas beaucoup de solutions : il convient de faire une bonne affaire ou d’avoir

l'impression d'en avoir fait une. Nous avons déjà eu l'occasion, avec la Porte-dans-le-Nez, de voir que le fait qu'un solliciteur diminue ses exigences initiales prédispose le sujet à accéder à une demande immédiatement inférieure que le solliciteur propose. On peut se demander s'il est possible d'obtenir la même chose avec des mots et non par une succession de requêtes. Dans les faits, cela réclame une capacité à décomposer quelque chose de manière à ce que cela donne l'illusion au sujet que l'offre qui lui est faite est plus avantageuse qu'elle ne l'est en réalité. Or, il est possible, par l'emploi d'une mise en contraste d'un propos ou d'une offre, de parvenir à cet état. Burger (1986) a appelé cette technique de décomposition d'une offre la technique du « Et ce n'est pas tout ! ».

Son expérimentation avait lieu lors d'une fête d'un campus universitaire où deux compères tenaient un stand proposant des gâteaux dont les prix n'étaient pas affichés. Différents gâteaux étaient présentés sur une table. Lorsqu'une personne venait au stand, elle se retrouvait placée dans une des deux conditions expérimentales prévues. En condition de « Et ce n'est pas tout ! », le premier compère-vendeur disait que chaque gâteau coûtait 75 cents. À ce moment-là, le second compère sollicitait le premier sous un prétexte quelconque. Le vendeur demandait donc au sujet de patienter une seconde. Après deux ou trois secondes de conversation avec le second compère, le vendeur s'adressait à nouveau au sujet et lui disait alors que ce prix comprenait aussi deux cookies. Il présentait alors ces cookies qui étaient contenus dans une boîte à part. En condition contrôle, lorsque le sujet demandait le prix des gâteaux, le compère-vendeur disait qu'ils étaient vendus sous forme de lot avec deux cookies et que le tout coûtait 75 cents. Les résultats qui ont été obtenus sont présentés dans la figure 3.1 ci-dessous. Bien entendu, il s'agissait ici d'un comportement effectif puisque c'est l'acte d'achat du lot qui constituait la variable dépendante.

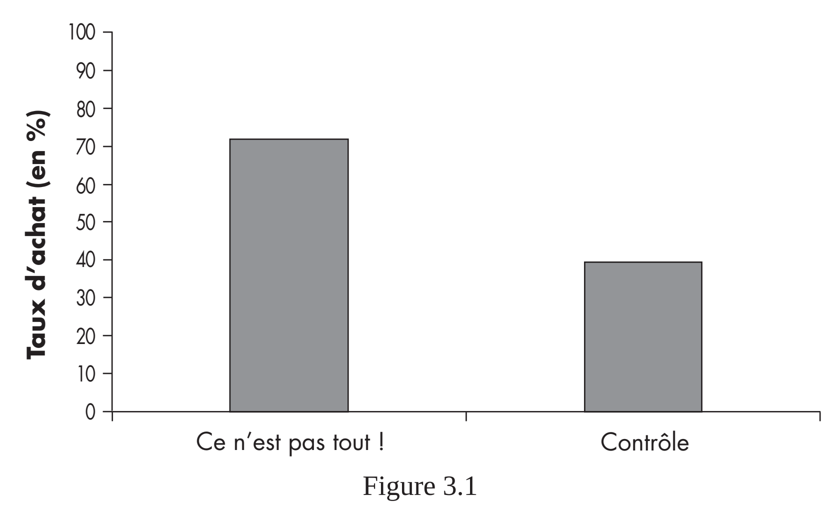


Figure 3.1

Taux d'achat du lot de gâteaux selon la technique de présentation du prix

Un effet positif de la décomposition de l'offre est donc obtenu. Bien entendu cette efficacité de la technique n'est pas liée à l'adjonction de la mention « Et ce n'est pas tout ! » qui donne son nom à cette technique. Burger (1986), dans une seconde expérience montrera le même effet lorsqu'une réduction est proposée. En condition de « Et ce n'est pas tout ! », le premier compère disait que le gâteau coûtait 1 dollar puis, après sa conversation avec le second compère, rajoutait que comme ils s'apprêtaient à fermer, ils allaient commencer à vendre à 75 cents. En condition contrôle, on donnait directement le prix à 75 cents. Les résultats montreront que 44 % des sujets ont acheté en condition contrôle contre 73 % en condition de « Et ce n'est pas tout ! ». Il semble donc que c'est bien la décomposition par étapes de la chaîne d'information qui produit l'effet de la technique.

Cette technique reste étonnante par son efficacité sur un comportement d'achat. Burger (1986), dans une autre expérimentation, montrera d'ailleurs que cette technique est efficace alors même que les sujets sont sollicités à domicile pour acheter des produits que deux compères leur proposent.

Pourquoi un tel effet ? On peut penser que cela est lié à la perception accrue d'une bonne affaire dans un premier temps. Il semble que non puisque Burger a montré que s'il fait mention de cette bonne affaire (le gâteau coûte 75 cents maintenant mais tout à l'heure il était à 1 dollar), cela ne conduit pas à plus de ventes qu'en condition contrôle. Selon Burger, la décomposition par étapes de l'information conduirait à activer un effet de concession. Par effet de réciprocité, le sujet serait conduit à faire un geste à son tour et donc à acquérir le produit. Burger montrera, dans une autre expérience induisant encore plus ce sentiment de concession, que la technique du « Et ce n'est pas tout ! » s'avère effectivement plus efficace.

Si Burger, dans son article publié en 1986, a mis en évidence un effet de sa technique à plusieurs reprises, il semble que l'on ne puisse pas l'utiliser pour tout. En effet, il apparaît qu'elle ne fonctionne que pour de petites sommes. Ainsi, Pollock, Smith, Knowles et Bruce (1998) ont mené une expérience qui était proche de la première expérience menée par Burger. Sur un stand, deux compères vendaient des boîtes de chocolats. Selon le cas, la boîte coûtait 1 dollar ou 5 dollars. En condition expérimentale, le compère-vendeur informait le sujet que la boîte coûtait 1,25 dollar ou 6,25 dollars puis, après la classique interaction avec le second compère, disait que le prix avait changé et que cela coûtait, selon la boîte, 1 dollar ou 5 dollars. Bien évidemment, comme d'habitude, en condition contrôle, le prix final était donné sans décomposition. Les résultats obtenus sont présentés dans la figure 3.2 ci-après.

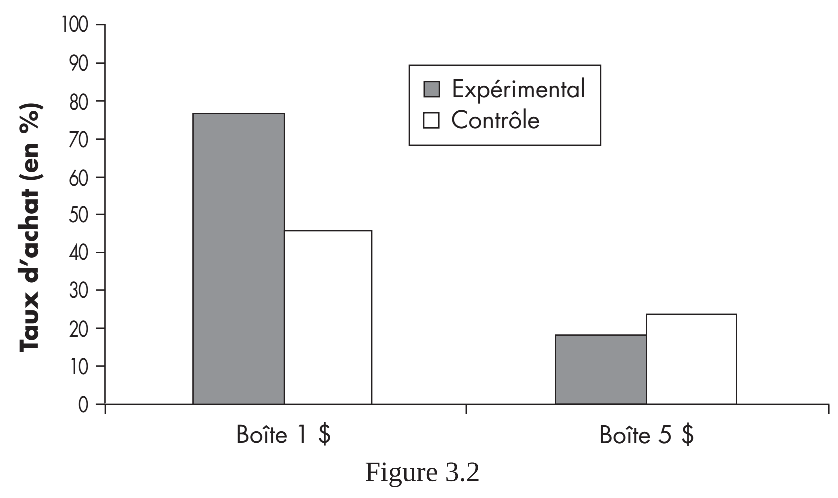


Figure 3.2
Taux d'achat de la boîte de chocolats selon son prix et la condition de présentation du prix

Comme on peut le voir, alors que le taux de remise est constant pour les deux produits (20 %), avec un produit de faible coût, on obtient une réplique de Burger (1986) mais ce n'est pas le cas avec un produit plus coûteux. Il semblerait qu'il y ait un effet de la conscience du prix par le sujet. Pour Pollock *et al.* (1998), un faible prix conduirait à une considération automatique de l'offre de réduction alors que ce ne serait pas le cas avec le produit coûteux qui, de toute façon, en raison de son niveau initial, réclamerait une évaluation rationnelle, consciente de la part du sujet. Avec un produit de faible coût, la présence de l'information sur cette réduction conduit à opérer un traitement uniquement sur cette information et pas sur le coût du produit puisque son montant n'atteint pas un seuil suffisant pour activer une analyse fondée sur sa valeur. Indépendamment de la valeur d'un produit, Burger, Reed, DeCesare, Rauner et Rozolis (1999) ont montré que la technique du « Et ce n'est pas tout ! » s'avère inefficace pour obtenir de quelqu'un qu'il accepte d'être volontaire pour apporter une aide scolaire à des enfants en difficulté. Toutefois, leur expérience a permis d'éclairer le fonctionnement de la technique. Dans leur recherche, deux compères abordaient des étudiants sur le campus et faisaient une demande portant sur une participation qui aurait lieu le dimanche. À la suite de l'intervention d'un des compères, on rajoutait que ce n'était pas le dimanche puisque ce jour était complet mais le samedi. Burger *et al.* (1999) observeront que les sujets ont été moins nombreux à accepter l'offre en condition expérimentale (8 %) qu'en condition contrôle (27 %). Pour ces auteurs, un tel effet négatif de la technique proviendrait de la taille de la requête qui, ici, serait suffisamment coûteuse pour que le sujet prenne la décision de dire non initialement et n'écoute pas ce qui se dit par la suite. Cela expliquerait l'absence d'effet de la technique lors de l'achat d'un produit assez coûteux (Pollock *et al.*, 1998) et éclairerait

la compréhension du mécanisme explicatif à l'effet de la technique du « Et ce n'est pas tout ! ». Vraisemblablement, dans une situation d'indécision sur le choix à faire (j'achète/je n'achète pas, j'accepte/je n'accepte pas la requête), l'arrivée en deuxième position d'un argument présentant les avantages de l'offre conduirait à orienter le choix du sujet. Lorsque la décision est prise de ne pas accepter ou de ne pas acheter, l'arrivée de l'information avantageuse n'est pas suffisante pour contrecarrer la décision initiale, ce qui conduit le sujet à ne pas changer d'avis. Burger *et al.* (1999) confirmeront d'ailleurs cela dans une réplication de leur expérience. Pour cela, ils utiliseront une condition de « Et ce n'est pas tout ! » dite élevée, avec un premier niveau de demande coûteuse susceptible de produire un refus immédiat et une condition de « Et ce n'est pas tout ! » dite modérée, où la requête ne conduisait pas à un refus immédiat. On observera, dans ce cas, que la condition modérée a permis d'obtenir plus d'acceptation à la requête que dans la condition contrôle alors qu'aucun effet positif de la condition coûteuse n'a été observé. Il semble donc que la taille de la requête initiale exerce une influence importante sur l'efficacité de la technique du « Et ce n'est pas tout ! ». Si la requête initiale est trop importante, elle ne fonctionne pas. Il faut donc qu'elle soit relativement raisonnable. Ces résultats n'infirment pas pour autant une explication en termes de comparaison de la première proposition par rapport à la seconde faisant que cette seconde est perçue comme plus avantageuse. En fait, il semble que pour que cela fonctionne, il faut que la requête initiale ne soit pas trop éloignée du niveau d'acceptation du sujet. Si elle est trop décalée, un refus systématique est opposé et la seconde comparaison n'a plus d'effet.

Une décomposition d'une offre par le biais de deux propositions permettant une comparaison permet donc d'obtenir un effet positif sur l'acceptation d'une requête ou sur le taux achat d'un produit. Toutefois, tous les auteurs n'estiment pas que l'effet de la technique du « Et ce n'est pas tout ! » est uniquement imputable à un effet de comparaison. Pour Pollock *et al.* (1998), un tel effet peut également être expliqué par une rupture du script ou de l'automatisme de l'analyse de l'information. Les gens ont des schémas d'analyse des informations qui peuvent s'enclencher parce que le format des informations qu'ils reçoivent possède la même structure. Dès lors que la structure de l'information fournie n'est plus la même, le traitement en est perturbé, ce qui peut conduire à une mauvaise analyse du contenu de cette information. Pour peu qu'elle conduise le sujet à sous-évaluer le coût d'une requête, à croire qu'il fait une meilleure affaire, cela le conduit à accepter plus favorablement une requête qu'en condition réelle. Or, un rien peut perturber une réponse automatique ou nous conduire à faire des inférences inappropriées. Ainsi, plutôt que de demander 1 euro ou encore un peu d'argent à quelqu'un dans la rue, il vaut mieux lui demander 0,96 euro ou 1,13 euro. Vous verrez que vos gains augmenteront de plus de 60 % dans certains cas (Santos, Leve et Pratkanis, 1994). En introduisant cette demande

inhabituelle, vous aurez « piqué » la curiosité du sujet et la réponse automatique de refus sera dès lors plus difficile à énoncer. De la même manière, Price-Denis et Kowles (1999) sont parvenus à montrer qu'une autre forme de décomposition permet d'obtenir un effet positif sur le comportement du sujet. Dans leur expérience, des compères faisaient du porte-à-porte pour la vente de cartes postales au profit d'une association caritative. En condition contrôle, le compère disait au sujet que le paquet de cartes postales coûtait 3 dollars. Dans une condition dite perturbation puis recadrage, il disait au sujet que le paquet coûtait 300 pennies (un penny = un centime de dollar), attendait une à deux secondes et rajoutait que c'était 3 dollars et que c'était une affaire. On observera que 70 % des sujets ont accepté dans cette condition contre 35 % en condition contrôle. En outre, on montrera qu'en utilisant simplement la mention 300 pennies ou en rajoutant que c'était une affaire, le taux d'acception n'a pas été différent de la condition contrôle. C'est bien la perturbation puis la reformulation qui ont conduit à obtenir l'effet d'influence ici. Avec la technique du « Et ce n'est pas tout ! », le même effet pourrait se produire. Le sujet est confronté à une proposition qui, ensuite, se transforme pour devenir avantageuse. Comme la première proposition n'était pas suffisamment coûteuse pour déclencher un refus, l'avantage est perçu comme étant supérieur à ce qu'il est lorsque la seconde proposition est formulée seule.

1.5 Labellisation préalable et comportement ultérieur : la technique de l'étiquette personnologique

« T'es vraiment chouette d'avoir fait cela », « C'est généreux de ta part » « T'es vraiment lamentable »… Ces quelques propos ne sont pas sans vous rappeler des phrases que nous employons quotidiennement et nous disposons d'une gamme très étendue d'adjectifs qualificatifs pour labelliser un individu ou un comportement accompli par un individu. On peut maintenant se demander si un simple label, positif ou négatif, qui nous est adressé par un individu qui nous est totalement inconnu peut affecter notre comportement ultérieur. Nous allons voir qu'il faut se méfier des étiquettes, positives ou négatives, qu'on nous adresse car elles ont la propriété de « rebondir » sur ce que nous pensons de nous-mêmes (le « moi » privé) mais aussi sur l'image que nous souhaitons donner à autrui (le « moi » public). Bien souvent, hélas, ce besoin de se valoriser pour soi ou pour autrui nous conduit à produire des comportements que nous n'aurions pas produits si ces adjectifs n'avaient pas « titillé » ce moi.

1.5.1 L'étiquette positive : la technique de la flatterie

Selon la théorie de Bem (1972), l'individu tire de l'examen de ses comportements les traits et attitudes qu'il possède. Si un comportement est émis en

l'absence de pressions externes, il est imputé à des dispositions internes (par exemple, « Si j'ai fait cela sans y être obligé, sans être payé pour, etc., c'est parce que je suis le type de personne à faire cela par conviction »). Une fois cette auto-attribution produite, on accroît la probabilité de la production de comportements consistants avec cette attribution. On a vu l'importance de ce processus comme cause explicative du Pied-dans-la-Porte.

Toutefois, pour certains auteurs, on peut aboutir au même résultat avec une imputation externe par le biais du marquage social, c'est-à-dire une information sur la qualité de la personne. Pour Miller, Brickman et Bolen (1975), il semble que les informations que le sujet recueille à propos de sa personne affectent la perception qu'il se fait de lui-même. Un tel effet d'auto-attribution peut être obtenu de multiples façons. Une des méthodes consiste à faire passer un test psychologique à un sujet, qui conduit à le labelliser, afin de voir l'effet sur son comportement ultérieur. Une recherche de Strenta et Dejong (1981) a confirmé cela alors même que le label était attribué par un ordinateur. Ces chercheurs ont utilisé le fallacieux prétexte d'une participation à une étude de psychologie pour faire attribuer un trait par une machine à des étudiants. Un expérimentateur expliquait au sujet qu'il allait répondre à un questionnaire qui portait sur différentes caractéristiques de la personnalité et que celui-ci avait déjà été rempli par plusieurs centaines d'étudiants. Après cette explication, le sujet était laissé seul dans une salle face à l'ordinateur. Il répondait ensuite à un long questionnaire sur ordinateur et, à la fin, une sonnerie se manifestait. Une présentation de matrices de valeurs était affichée par l'ordinateur et le programme fournissait un diagnostic des « réponses » du sujet. Cette phase permettait d'induire le marquage. Selon les groupes, le diagnostic stipulait au sujet qu'il était plus généreux que la plupart des autres étudiants (marquage pro-social), plus intelligent (marquage de compétence) tandis que dans le groupe contrôle, aucun feed-back n'était donné aux sujets. Le programme informait ensuite le sujet qu'il devait retourner dans une autre salle pour la poursuite de l'expérience. Dans le couloir, un compère, les bras chargés de livres et de cartes d'ordinateur, faisait tomber « malencontreusement » des fiches cartonnées alors qu'il croisait le sujet. On évaluait alors le comportement du sujet. Les résultats sont présentés dans le tableau 3.8 ci-après et ont porté sur le taux d'aide mais aussi sur le zèle manifesté par le sujet.

Comme on peut le voir, alors que l'étiquette « intelligent » ne conduit pas à des différences de comportement comparativement à l'absence d'étiquette, il n'en va pas de même avec l'étiquette « généreux » qui conduit le sujet à aider plus favorablement le compère et surtout à l'aider plus rapidement et à manifester plus de zèle pour aider le compère. Ces résultats sont intéressants car l'absence d'effet de l'étiquette « intelligent », semble prouver que l'effet n'est pas imputable qu'à une activation d'une humeur positive. Être traité de quelqu'un de plus intelligent que la moyenne pourrait nous mettre de bonne humeur et nous conduire à plus aider autrui. Or, on n'obtient pas cet effet et

seul le qualificatif « généreux » affecte le comportement du sujet. Un effet d'engagement à agir en cohérence avec l'auto-perception activée par l'étiquette peut aisément expliquer cet effet. Le sujet qualifié de généreux s'auto-attribue effectivement ce trait comme une caractéristique de sa personnalité. Afin de se conformer à cette attribution, il est conduit à effectivement aider plus favorablement une personne ayant besoin d'aide. Ces résultats confirment donc l'effet de l'attribution d'une étiquette sur le comportement d'aide spontanée du sujet. D'autres travaux ont montré que l'étiquette permet également d'accroître l'aide dans le cas de sollicitations directes. Kraut (1973) a ainsi montré que le fait de qualifier quelqu'un de généreux au préalable le conduit à effectivement donner plus à une association caritative. Dans cette expérience, l'interaction avec le solliciteur se faisait en face-à-face mais on sait également que cela fonctionne en communication par téléphone (Steele, 1975).

	Type d'étiquette		
	Pas d'étiquette	**Intelligent**	**Généreux**
Aide apportée (en %)	50.0	36.0	71.0
Nombre de cartes ramassées (sur 500)	84.4	75.6	163.5
Latence de l'aide (en secondes)	13.5	15.6	10.9

Tableau 3.8

Aide et comportement d'aide à l'égard du compère selon l'étiquette attribuée par l'ordinateur

Goldman, Seever et Seever (1982) ont montré que l'étiquetage a même la propriété de renforcer l'efficacité de l'aide à autrui. Ces auteurs demandaient à un premier compère d'aborder des étudiants s'apprêtant à rentrer dans une bibliothèque afin d'obtenir une direction quelconque. Dans un groupe, le compère remerciait chaleureusement le sujet en lui disant : « Merci beaucoup, vous êtes très serviable. J'ai apprécié que vous ayez pris sur votre temps pour m'aider. » Dans une autre condition, un simple « merci » lui était adressé. Enfin, en condition contrôle, cette phase de contact préalable avec le premier compère n'avait pas lieu. Le sujet entrait alors dans la bibliothèque et était abordé quelques minutes plus tard par un second expérimentateur qui lui demandait s'il accepterait de consacrer deux heures de son temps au profit d'un téléthon qui survenait le mois suivant. Les résultats montreront que, en condition contrôle, 17 % des sujets ont accédé à la requête contre 40 % en condition de Pied-dans-la-Porte simple. Toutefois, en condition de Pied-dans-la-Porte avec étiquette positive, on observera que 67 % des sujets

ont accepté de consacrer du temps. Ici, l'efficacité du Pied-dans-la-Porte a été renforcée par l'étiquette attribuée par le premier compère. Cela permet donc de mesurer la force de ce facteur sur le comportement du sujet peut-être en raison du fait que cela a renforcé l'auto-attribution que produit déjà le Pied-dans-la-Porte (voir chapitre 2, les explications théoriques à l'effet du Pied-dans-la-Porte). Cet effet de renforcement de l'efficacité du Pied-dans-la-Porte a été observé à plusieurs reprises (Goldman, Kiyohara et Pfannensteil, 1985 ; Joule, 2001 ; Kraut, 1973). L'étiquette a une fonction de renforcement de l'effet du Pied-dans-la-Porte, surtout si elle est associée aux qualités intrinsèques de la personne. Joule, Tamboni et Tafani (2000) ont ainsi mis au point une expérience où un compère faisait remarquer au sujet dans la rue qu'il avait perdu 50 francs. L'objectif était de voir si celui-ci allait le garder pour lui ou dire que le billet ne lui appartenait pas. En condition de Pied-dans-la-Porte, le compère, au préalable, avait sollicité le sujet pour lui demander un renseignement pour se repérer sur un plan. Selon le cas, le sujet remerciait simplement, remerciait en assortissant ses remerciements avec une justification fondée sur le service rendu (rendez-vous pour un emploi dans 10 minutes) ou sur les qualités intrinsèques de la personne (personne gentille, serviable). À la suite de cette interaction, le compère signalait alors à la personne qu'elle avait perdu 50 francs. Le taux de personnes restituant l'argent constituait la variable dépendante. Les résultats obtenus dans les trois conditions sont présentés dans la figure 3.3 ci-dessous. Bien évidemment, à des fins de comparaison, une situation contrôle sans interaction préalable avec le compère a également été introduite.

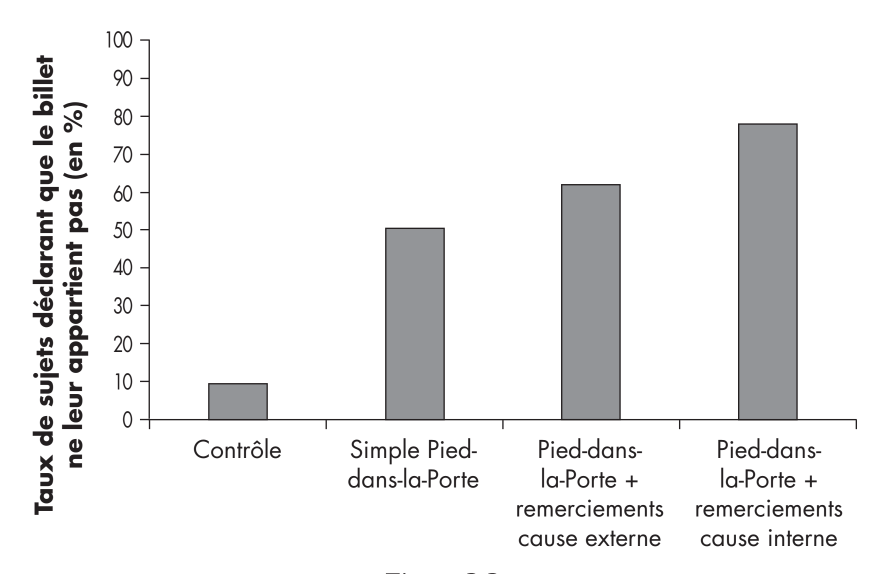


Figure 3.3

Taux de personnes qui déclarent au compère que le billet n'est pas à eux selon les différentes conditions expérimentales

Comme on le voit, si l'étiquette est en lien avec une caractéristique personnologique, elle conduit les sujets à se montrer plus honnêtes que si elle fait référence à une cause externe. Il semble donc que la propriété d'attribution d'un trait à soi est le mécanisme par lequel la technique de l'étiquette fonctionne. En outre, on sait maintenant que ce marquage par étiquette positive s'avère efficace même après plusieurs jours. Steele (1975) a en effet montré, dans le cadre d'une interaction par téléphone, que l'étiquette produit un effet sur le comportement même après un délai important. Un expérimentateur demandait au sujet de répondre à une question simple (opinion sur une action à mener pour aider des personnes nécessiteuses dans sa communauté). Puis, l'expérimentateur lui attribuait une étiquette de générosité (« C'est très généreux de votre part de proposer cela »). On observera que cette étiquette a conduit plus aisément le sujet à accéder à une requête formulée deux jours après, par une autre personne d'un autre organisme, qui lui demandait de participer à une enquête. De la même manière, Swinyard et Ray (1979) sont parvenus à montrer que l'étiquette reste efficace après deux semaines. Dans leur expérience, où on cherchait à accroître le taux de bénévoles au profit de la Croix-Rouge, on observera qu'une étiquette d'altruisme attribuée à un sujet s'avère efficace sur une demande d'aide formulée après deux semaines et cela notamment si, entre cette période et la phase de sollicitation, des courriers ont été expédiés au sujet qui lui rappelaient cette étiquette attribuée lors du premier contact.

On le voit, la simple attribution d'un trait positif à une personne suffit pour obtenir d'elle plus de soumission à une requête. On mesure par là tout le poids des propriétés engageantes des auto-attributions que ces traits opèrent sur le comportement. On comprend mieux pourquoi des traits comme « Vous êtes généreux », « Nous comptons sur votre générosité » sont souvent utilisés dans les campagnes d'appels de dons. Ici, le message a pour vocation d'activer cette auto-attribution afin d'induire un comportement congruent avec celle-ci. Flatter l'ego par une étiquette positive peut donc s'avérer redoutable car le trait activé a une forte propriété engageante en raison du besoin du sujet à agir en cohérence avec ce trait. Nous avons vu que l'engagement pouvait être renforcé par le caractère public de l'acte ou de la promesse de le réaliser. On peut également penser que l'étiquetage positif public aurait le même effet. Cet aspect serait intéressant à tester dans de futures recherches.

1.5.2 Susciter de la culpabilité ou de la honte : la technique de l'insulte

Quelle est la première chose que l'on ferait si on avait le sentiment d'avoir fait quelque chose de mal et de le regretter ?

À une telle question vous aller répondre : « réparer ». En effet, il n'y a rien de pire que la culpabilité d'avoir mal agi. Elle peut même, dans certains cas extrêmes, vous ronger la vie. Or, notre éducation a inscrit ce besoin de

réparer les fautes que l'on commet, de se réhabiliter. Ce principe est à ce point ancré que lorsque l'on nous fait croire que nous sommes coupables de quelque chose que nous n'avons pas fait, cela suffit pour que nous tentions d'essayer de réparer cela. En effet, la culpabilité est une blessure du soi insupportable. Afin de restaurer une image de soi positive, on aura tendance à vouloir réparer ce préjudice que nous n'avons pas commis ou à faire quelque chose qui nous donnera le sentiment que nous pouvons nous réhabiliter.

Ce n'est pas parce que l'on s'est mal conduit (sans le vouloir) ou parce qu'on nous fait croire que nous ne sommes pas des gens bien que l'on éprouve de la culpabilité. Le fait de ne pouvoir rendre service à autrui peut susciter également de la culpabilité qui, en retour, affecte l'aide. C'est ce que nous montre Dolinski (2000) dans une recherche où des personnes dans la rue étaient, en condition expérimentale, abordées par un premier compère pour donner la direction d'une rue inventée pour la circonstance. La plupart s'excusaient de ne pas savoir et reprenaient leur chemin. Cent mètres plus loin, un second compère (une femme) se tenant sur le trottoir sollicitait ces mêmes personnes afin qu'elles surveillent un sac sous le fallacieux prétexte de devoir aller chercher quelque chose à l'étage d'un immeuble et que cela était difficile car le sac était lourd. En condition contrôle, comme d'habitude, cette sollicitation était faite directement. Les résultats montreront que la frustration de ne pas avoir aidé conduit les personnes à plus aider par la suite : elles seront en effet 58 % à rester surveiller le sac contre 34 % en condition contrôle. Pour Dolinski, cela prouverait que la culpabilité de ne pas pouvoir faire quelque chose pour autrui nous prédispose à plus aider par la suite. On peut donc concevoir que si un niveau plus élevé de culpabilité est activé, cela conduise à apporter encore plus son aide.

1.5.3 Culpabilité ou honte ?

Si l'effet de la culpabilité semble plausible théoriquement pour expliquer l'effet de la recherche de Dolinski (2000), on peut envisager qu'il n'en aille pas toujours de même et notamment lorsque l'on attribue un trait négatif à quelqu'un. Dans ce cas, une baisse de l'estime de soi peut être suscitée qui conduit le sujet à tenter de la restaurer afin de donner une image de soi qui soit positive. La technique de l'insulte utilisée par Steele (1975) semble d'ailleurs confirmer cela.

Ce chercheur souhaitait que des ménagères consentent à participer à une enquête sur les produits ménagers, coûteuse en temps et en efforts. L'expérimentateur téléphonait dans un premier temps au sujet et se présentait comme représentant d'un institut national de sondage. Il demandait ensuite au sujet de bien vouloir répondre à une question. Avant de poser cette question, il rajoutait au sujet qu'elle était certainement comme tout le monde, qu'elle n'était pas intéressée par les problèmes dans sa communauté, qu'elle n'était pas prête à faire des efforts pour son prochain, qu'elle trouvait certainement

toujours de bonnes excuses pour ne pas avoir à aider les autres, que ce qui l'intéressait était son propre intérêt et pas celui des autres. Puis l'expérimentateur posait sa question qui consistait à demander au sujet si elle avait un avis sur ce qui pouvait être fait dans la communauté pour aider les plus nécessiteux. Après la réponse, l'expérimentateur remerciait le sujet et raccrochait.

Deux jours après, un autre expérimentateur (une femme) téléphonait au sujet en se présentant comme quelqu'un travaillant sur un projet communautaire. L'expérimentatrice disait ensuite qu'elle cherchait à constituer un groupe de femmes qui accepteraient de fonder une coopérative alimentaire pour aider les voisins les plus nécessiteux. Elle rajoutait qu'elle aurait besoin de renseignements sur les produits alimentaires utilisés par le sujet dans la vie de tous les jours. Elle disait ensuite qu'il ne s'agissait pas de la faire adhérer à la coopérative mais de fournir simplement des informations. Puis, l'expérimentatrice demandait au sujet s'il accepterait de donner ces renseignements. Si le sujet acceptait, l'expérimentatrice lui disait alors comment elle devrait procéder. Il s'agissait d'une procédure longue et difficile consistant à répertorier les produits alimentaires en trois catégories, à les quantifier, à donner les préférences sur chacun d'eux, etc., et à placer tout cela sur une liste. L'expérimentatrice laissait trois jours au sujet pour effectuer cette tâche puis téléphonait afin de vérifier que cela avait bien été fait. Les résultats obtenus sont présentés dans la figure 3. 4 ci-dessous.

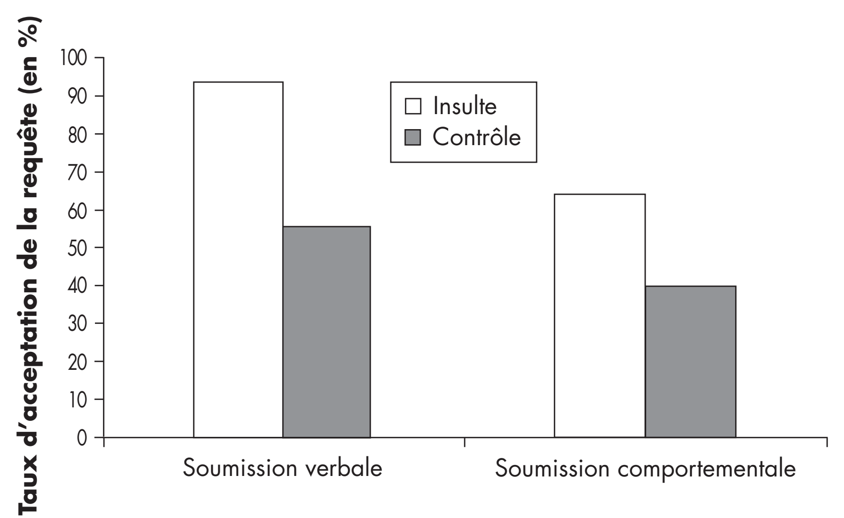


Figure 3.4
Taux d'acceptation et de réalisation de la requête selon les conditions expérimentales

Le fait d'être quasiment insulté quant à ses préoccupations altruistes conduit donc une plus forte proportion de sujets à accéder à la demande et à accomplir celle-ci. Pourtant, ici, deux jours séparaient la requête, et celle-ci

émanait d'une autre personne. On mesure donc bien le poids de la culpabilité que peut avoir l'insulte et qui conduit à adopter un comportement montrant que ce trait négatif qu'on lui a attribué est infondé. On remarquera que, proportionnellement au taux d'acceptation, le taux de personnes ayant réalisé l'acte est inférieur en condition d'insulte qu'en condition contrôle. Il est vraisemblable que l'acceptation initiale de la requête a conduit à réduire la culpabilité initiale générée par le premier expérimentateur. Du coup, le sujet aurait moins de pression à réaliser son acte par la suite.

Pour Steele (1975), le marquage négatif obtenu par le propos insultant du premier expérimentateur conduirait à une baisse de l'estime de soi du sujet. Aussi, lorsque la possibilité de restaurer cette estime de soi serait donnée quelque temps plus tard, cela conduirait tout naturellement le sujet à accéder à la requête du demandeur. Cette explication en termes de restauration de l'estime de soi apparaît plausible mais, malheureusement, l'effet du marquage négatif ne conduit pas toujours à produire cet effet de renforcement de l'acceptation du sujet. Ainsi, Goldman, Seever et Seever (1982) ont montré un effet d'inhibition du comportement d'aide à la suite d'un marquage négatif. Dans une expérience déjà décrite à plusieurs reprises, ces auteurs avaient demandé à un premier compère d'aborder des étudiants s'apprêtant à rentrer dans une bibliothèque afin d'obtenir une direction quelconque. Dans une des conditions, le compère se comportait de manière insultante en mettant en doute la serviabilité du sujet et sa capacité à donner correctement une direction (marquage négatif). Enfin, dans un autre groupe, un simple merci était dispensé au sujet. Le sujet qui entrait alors dans la bibliothèque était abordé quelques minutes plus tard par un second expérimentateur qui lui demandait s'il accepterait de consacrer deux heures de son temps au profit d'un téléthon qui survenait le mois suivant. Les résultats montreront que 17 % des sujets ont accédé à la demande en condition contrôle (formulation de la seconde requête seulement). En condition de simple merci (Pied-dans-la-Porte en fait), ils seront 40 % tandis qu'ils ne seront que 20 % en condition de marquage négatif préalable. Ici l'effet du marquage conduit à diminuer l'aide.

Il semble donc y avoir une totale contradiction entre les deux recherches présentées ci-dessus. En fait, si on regarde de plus près, on peut observer qu'il y a des différences méthodologiques entre les deux expériences. Le délai entre les deux requêtes n'est pas le même. Dans la recherche de Goldman *et al.* (1982), les deux requêtes ne portent pas sur le même objet alors que c'est le cas dans la recherche de Steele (1975). Ce dernier aspect peut peut-être expliquer cette différence. L'absence d'effet du Pied-dans-la-Porte avec marquage négatif dans la recherche de Goldman *et al.* (1982) – répliqué dans une expérience ultérieure (Goldman, Kiyohara et Pfannens-teil, 1985) – semble montrer que si le sujet ne dispose pas d'une requête finale permettant de contredire l'étiquette faussement attribuée lors de la sollicitation initiale, il n'y a que peu d'effet du marquage négatif. Tout

semble se passer comme si l'estime de soi ne saurait être restaurée que si le sujet dispose de la possibilité d'émettre un comportement qui contredise directement le label négatif. Ainsi, par exemple, si on se voit faussement labellisé comme quelqu'un n'aidant pas les enfants, on acceptera plus facilement une requête visant à aider les enfants plutôt qu'une requête sans lien comme la cause des animaux. Chez Steele (1975), la requête finale visait un comportement en lien avec le marquage négatif initial (les personnes de la communauté du sujet dans le besoin). Toutefois, on ne peut comparer ces deux recherches pour en déduire cette explication. Aussi Guéguen (2001*c*) a évalué directement l'impact de la correspondance entre la situation de marquage et la nature de la requête finale.

L'expérimentation a nécessité trois compères (des jeunes femmes âgées entre 20 et 22 ans). Un premier compère, tenant dans la main un sac à provisions lourd et volumineux, abordait une personne arrivant en face de lui dans la rue. On pouvait voir, bien en évidence, un paquet mentionné « viande de cheval » au sommet de ce sac. Le compère demandait à la personne : « Excusez-moi Madame/Monsieur, mon sac est lourd et je voudrais acheter une revue dans la librairie en face. Accepteriez-vous de jeter un coup d'œil sur mes affaires le temps que j'aille acheter ma revue ? » Si le sujet acceptait, le compère le remerciait et traversait alors la rue et entrait dans la librairie située à 25 mètres de là. Vingt secondes après que le premier compère était entré dans la librairie, un second compère qui se tenait à distance se mettait en marche et se dirigeait vers le sujet. Arrivé à son niveau, le compère s'arrêtait, il regardait alors le sujet dans les yeux puis le sac à provisions. Il désignait alors du doigt le sac et disait alors au sujet : « C'est vraiment lamentable de manger de la viande de cheval. Quand je pense que c'est grâce au cheval que nous avons évolué à ce point. Vous devriez avoir honte. » Puis, sans attendre la réaction du sujet, le compère reprenait sa marche à vive allure. On attendait alors vingt autres secondes et le premier compère sortait de la librairie avec une revue dans la main. Il arrivait au niveau du sujet et de son sac, remerciait chaleureusement ce dernier, et repartait en sens inverse de celui-ci. Au bout de la rue, un troisième compère qui surveillait la scène depuis le début, abordait alors le sujet. En condition expérimentale 1, le compère lui disait ceci : « Excusez-moi Madame/Monsieur, accepteriez-vous de signer une pétition en faveur de la cause animale ? Nous souhaitons que le gouvernement fasse plus d'efforts pour faire prendre en charge les animaux abandonnés ou victimes de mauvais traitements. » En condition expérimentale 2, le compère disait sur le même ton : « Excusez-moi Madame/Monsieur, accepteriez-vous de signer une pétition en faveur de la limitation de la vitesse de circulation en centre ville ? Nous souhaitons que le gouvernement fasse plus d'efforts pour diminuer la pollution dans les grandes villes. » Ces deux justifications avaient été utilisées car une évaluation antérieure avait montré qu'elles offraient des mêmes taux d'acceptation de signature lorsqu'elles étaient soumises directement aux sujets dans la rue. Le

compère demandait alors au sujet s'il accepterait de signer. En cas de réponse positive, il tendait alors au sujet un stylo et une plaquette sur laquelle se trouvait une feuille avec huit signatures, noms, prénoms et adresses de personnes fictives. En condition contrôle, on procédait de même avec les sujets mais la phase initiale de marquage n'était pas réalisée. Les résultats obtenus sont présentés dans le tableau 3.9 ci-dessous.

	Thème pétition		
	Animaux	**Pollution**	**Total**
Marquage	70.0	40.0	55.0
Contrôle	35.0	27.5	31.3
Total	52.5	33.8	

Tableau 3.9
Taux d'acceptation de la requête selon les conditions de marquage et le thème de la pétition (en %)

Si, comme on peut le voir, le marquage négatif induit bien plus d'acceptation de la requête, cela provient surtout du taux élevé en situation de correspondance entre le thème de la requête et l'insulte adressée par le second compère. Pourtant, comme chez Goldman *et al.* (1982), le délai entre la phase de marquage et celui de la proposition de la requête finale a été le même. Bien entendu, il ne s'agit pas d'une situation d'aide mais d'une prise de position idéologique contrairement à ce que Goldman *et al.* (1982) avaient utilisé. Aussi, une variante de cette expérience avec une réelle situation d'aide à autrui a été réalisée (Guéguen, soumis *c*). Deux jeunes femmes ont servi de compères dans cette expérience. La première abordait un sujet seul à l'entrée d'une petite rue passante et lui demandait la direction d'un bâtiment connu mais nécessitant, à partir de l'endroit où il se trouvait, un détail d'informations réclamant trente secondes d'interaction. En condition de marquage négatif, le compère déclarait qu'il n'avait rien compris aux explications, qu'elles n'étaient pas du tout claires et qu'il préférait demander à quelqu'un d'autre. Il reprenait alors vivement sa marche en sens inverse sans autre interaction avec le sujet. En condition contrôle, le compère se contentait de délivrer un simple merci sans chaleur et sans sourire avant de reprendre sa marche. Au bout de la rue, sur le signal de l'expérimentateur qui désignait le sujet à aborder, se trouvait un second compère. Celui-ci se tenait accroupi au milieu de la rue et regardait à l'intérieur d'un sac de provisions volumineux et d'apparence lourde en faisant semblant de chercher quelque chose. Au moment où le sujet arrivait à son niveau, le compère interpellait ce dernier en lui disant : « Excusez-moi Madame/Monsieur, j'ai oublié quelque chose à la boucherie juste à côté (désignation d'une direction de la main),

est-ce que vous accepteriez de surveiller mes affaires ? J'en ai pour trente secondes et mon sac est lourd. » Le compère notait alors si le sujet acceptait ou pas, et si c'était le cas, il remerciait le sujet. Puis, tout en fouillant dans ses poches, il s'écriait, en sortant un calepin, qu'il avait trouvé ce qu'il cherchait puis remerciait à nouveau le sujet. Dans une autre condition, la requête du second compère était différente. Celui-ci portait un sac à dos et un plan de la ville et sollicitait les sujets en leur disant : « Excusez-moi, Madame/Monsieur, je n'arrive pas à bien me repérer pour trouver un bâtiment historique du XIV[e] siècle. Est-ce que vous pouvez m'aider ? » Le compère notait alors si le sujet acceptait ou pas et, si c'était le cas, il remerciait le sujet et se dirigeait alors dans la direction donnée par le sujet. Les résultats qui furent obtenus dans l'ensemble de ces conditions sont présentés dans le tableau 3.10 ci-dessous.

	Thème requête finale		
	Surveiller le sac	Demande de direction	Total
Marquage négatif	32.5	75.0	53.8
Pas de marquage	61.3	62.5	61.9
Total	46.9	67.8	

Tableau 3.10

Taux d'acceptation de la requête finale selon les conditions de marquage et le type de requête (en %)

Comme on le voit, si aucune différence dans le comportement des sujets en condition contrôle n'est observée, le marquage négatif ne fonctionne que lorsque la sollicitation finale est en lien avec la sollicitation initiale à partir de laquelle le marquage négatif a été réalisé.

Ces résultats semblent bien valider la théorie de Steele (1975) selon laquelle un marquage négatif conduirait à une baisse de l'estime de soi en lien avec un registre de traits bien précis. Si la possibilité de restaurer cette estime de soi est donnée ultérieurement en offrant l'occasion de produire un comportement en lien avec ce registre, cela favorise la soumission du sujet. Si cette possibilité n'est pas offerte, l'effet du marquage négatif perdure dans le temps et ne permet pas d'augmenter le taux de soumission. Ces résultats permettent donc d'abandonner certaines hypothèses explicatives à l'effet du marquage négatif. À l'évidence, une explication en termes de culpabilité éprouvée par le marquage initial ne suffit pas. En fait, si de la culpabilité était générée, celle-ci pourrait être éliminée par tout type d'aide ultérieure. Or, on a vu que ce n'est pas le cas. Il en va de même de la colère. Celle-ci devrait

être constante et donc susciter les mêmes effets. Du coup, on a du mal à expliquer pourquoi, lorsqu'il y a congruence entre les deux requêtes, le marquage négatif fonctionne.

On voit que la technique du marquage négatif conduit, tout comme le marquage positif, à affecter nos comportements d'aide. Ici encore, les travaux relativement récents ne permettent pas d'éclaircir l'effet du marquage d'un point de vue théorique même si certaines hypothèses ont été testées expérimentalement. Les travaux à venir devront se focaliser sur ces aspects. Néanmoins, on observe bien que quelques mots peuvent suffirent pour induire un comportement attendu de la part des sujets. Cela tend à prouver que l'influence nécessite peu de chose pour s'exercer.

1.6 La réciprocité : « Je te donne un sou pour que tu m'en donnes deux »

Nous avons suffisamment évoqué le principe de la réciprocité à plusieurs reprises dans cet ouvrage (voir technique de la Porte-dans-le-Nez et du « Et ce n'est pas tout ! ») pour ne pas présenter plus longuement les travaux en psychologie sociale sur cet aspect. Bien entendu, ici il ne s'agit pas toujours de manipuler le contenu verbal pour induire un effet d'acceptation d'une requête par réciprocité. Il faut aussi donner quelque chose pour qu'on nous en donne en retour. Toutefois, on va voir que la réciprocité est à ce point ancrée dans nos structures sociales et relationnelles que, comme pour la liberté, la simple référence verbale à ce principe de réciprocité suffit pour influencer le comportement d'autrui.

La puissance du principe de réciprocité est connue depuis longtemps dans la littérature (Blau, 1964 ; Homans, 1961). Nous serions conduits, sous l'effet d'une contrainte exercée par la « norme de réciprocité » (Gouldner, 1960), à aider ceux qui nous ont aidés ou à accorder quelque chose à quelqu'un qui nous a lui-même concédé quelque chose auparavant. On sait que les règles d'échanges issues de cette norme sont culturellement différentes (Befu, 1980) mais celle-ci semble avoir un caractère universel dans les sociétés humaines (Mauss, 1966) et certains auteurs vont même jusqu'à parler d'*Homo reciprocus* (Becker, 1956). Gouldner (1960) n'hésite pas non plus dans son article consacré à la réciprocité à faire état de nombreuses expressions traduisant ce principe de réciprocité : « Il faut donner pour prendre » ; « C'est donnant donnant »…

Bien entendu, ce principe rend les gens plus vulnérables aux manipulations puisque nous nous sentons obligés d'accorder une faveur à autrui, quand bien même le don préalable qu'on nous a accordé n'était pas recherché (Regan, 1971) ou quand il nous était quasiment imposé (Cialdini, 1990).

De plus, sous l'effet de cette norme de réciprocité, nous nous sentons obligés de concéder plus que nous n'avons reçu (Mauss, *op. cit.*), ce qui donne toujours un avantage au donneur initial.

Cette norme de réciprocité se distingue de la norme d'équité (Adams, 1965) qui repose sur une évaluation des coûts et bénéfices d'un échange. En effet, on sait qu'il n'est pas nécessaire que les coûts s'équilibrent de part et d'autre et que seule l'adoption du principe de réciprocité ou des intentions initiales de dons, d'aide, etc., suffisent pour que le sentiment d'obligation soit suscité. Il en va ainsi de la technique de la Porte-dans-le-Nez. Rappelons que cette technique consiste à faire une requête initiale exorbitante qui sera refusée pour ensuite proposer une seconde, moins coûteuse, qui se trouve avoir, dès lors, une probabilité d'acceptation plus élevée que si elle avait été directement formulée au sujet. Dans ce cas, rien n'est proposé par le demandeur. Il a juste diminué ses exigences initiales afin de donner l'illusion d'une concession qui, sous l'effet de la norme de réciprocité, conduira le sujet à faire lui aussi une concession, c'est-à-dire accepter la seconde requête. Sur un plan strictement évaluatif, on sait que le fait de faire un don préalable à autrui ou de respecter le principe de réciprocité lors d'une requête suscite une évaluation plus positive du demandeur (Burger, Horita, Kinoshita, Roberts et Vera, 1997). De fait, en activant ce principe de réciprocité, il semble que l'on puisse manipuler le comportement d'une personne. Toutefois, il restait à démontrer, empiriquement, l'effet de cette activation sur le comportement humain. Les travaux que nous présentons ci-dessous achèveront, je le pense, de vous convaincre qu'entre personnes totalement étrangères, ce simple principe est une bonne technique de manipulation du comportement.

1.6.1 La réciprocité : on donne à ceux qui nous donnent…

La première recherche expérimentale ayant testé l'effet de la norme de réciprocité sur le comportement est sans aucun doute celle de Regan menée en 1971. Son intérêt est d'avoir réellement cherché à savoir comment opérait le principe de réciprocité. Pour Homans (1961) et Adams (1965), les relations entre les gens sont fondées sur des principes d'échanges et le facteur le plus important de la relation est fondé sur les récompenses et les coûts de cette relation. Si A accorde une faveur à B, le coût pour A augmente et la récompense pour B augmente. Cela introduit un déséquilibre entre A et B que B restaure en accordant quelque chose à A en échange, conformément aux mécanismes de la norme de réciprocité de Gouldner (1960). Toutefois, une autre hypothèse explicative peut également être avancée. Lorsque quelqu'un nous donne quelque chose même si nous ne le désirons pas ou si nous n'avons rien demandé, il est possible que cela soit suffisant pour que la

personne ressente de la sympathie pour cet autrui et donc se sente plus enclin à accéder à une requête que cet autrui lui adresse. Aussi, afin de pouvoir trancher, Regan (1971) souhaitait voir si la sympathie, l'attraction était le facteur qui unissait la réciprocité à l'aide à autrui. Pour ce faire, il a élaboré un ingénieux dispositif expérimental.

Ce chercheur faisait venir des étudiants dans un laboratoire sous le fallacieux prétexte d'assister à une expérience sur le jugement esthétique à laquelle ils avaient accepté de participer. Quelques minutes après, un compère arrivait qui se présentait également comme un sujet participant à l'expérience. Lui et le sujet se retrouvaient seuls dans une salle d'attente. Le téléphone de cette salle sonnait peu de temps après et c'est le compère, le plus proche du téléphone, qui répondait après une certaine hésitation. Selon le cas, il répondait de manière courtoise (secrétaire absente : « rappelez plus tard, elle sera là dans quelques minutes ») ou très discourtoise (ton dur, raccrochage sans dire « au revoir »). Une minute après, l'expérimentateur arrivait et demandait aux « deux sujets » de regarder des reproductions de peintures et de les évaluer et de faire part des émotions qu'ils ressentaient. Après une première tâche de 5 minutes, l'expérimentateur annonçait une pose. Le compère demandait s'il pouvait s'absenter une minute, ce que l'expérimentateur lui accordait. Le compère s'en allait alors et revenait une minute après. Dans une condition dite « de faveur personnelle », il disait au sujet qu'il avait demandé à l'expérimentateur s'il pouvait prendre un Coca et disait en avoir pris un également pour lui (le sujet). Si le sujet proposait de payer, le compère refusait. En situation contrôle, le compère revenait tout simplement s'installer à l'endroit où il était précédemment. En situation dite « de faveur impersonnelle », le compère revenait avec deux boissons en disant au sujet que l'expérimentateur les lui avait données pour leur participation à l'expérience. Après cela, la seconde partie de la tâche de jugement de peinture prenait place. Après 5 minutes, une nouvelle pause avait lieu mais, ici, l'expérimentateur leur demandait de ne pas s'éloigner. Le compère en profitait pour engager la conversation et disait alors au sujet qu'il vendait des tickets de tombola en faveur de la construction d'une nouvelle salle de gym et lui demandait s'il voulait en prendre. On mesurait alors la réponse du sujet et le nombre de billets pris. Après 5 minutes, l'expérimentateur revenait et demandait au sujet d'évaluer l'impression qu'il s'était faite du compère à l'aide d'échelles d'adjectifs bipolaires (parmi lesquels générosité et politesse étaient mentionnées).

Dans le tableau 3.11 ci-après, nous présentons la moyenne des achats de billets selon que le compère s'est montré initialement inamical ou non amical envers la personne qui téléphonait et selon son comportement ultérieur vis-à-vis du sujet.

	Faveur personnelle	Faveur impersonnelle	Pas de faveur
Compère amical	1.91	1.50	1.00
Compère non amical	1.60	0.80	0.80
Moyenne	1.76	1.15	0.90

Tableau 3.11

Nombre moyen de tickets de tombola achetés au compère selon son comportement

Comme on peut le voir, on accorde plus d'aide à quelqu'un qui nous a accordé une faveur notamment s'il s'agit d'une faveur personnelle, et cela indépendamment de son comportement antérieur. Bien évidemment, un effet du comportement initial du compère est observé mais il n'interagit pas avec la condition de réciprocité. Les évaluations du compère montreront d'ailleurs cet effet. En condition de faveur personnelle, le compère est évalué plus positivement et cela, qu'il ait été ou pas amical avec la personne au téléphone. Or, ce n'est plus le cas dans la condition de faveur impersonnelle ou contrôle, où là, non seulement le sujet est évalué plus négativement, mais encore l'est-il plus lorsqu'il s'est montré inamical. Le caractère amical/inamical joue en condition contrôle et de faveur impersonnelle mais pas en condition de faveur personnelle. On peut donc en conclure qu'une faveur affecte la soumission parce qu'elle incite le sujet à rendre la pareille à la faveur qu'on lui a accordé mais que cela ne provient pas d'une évaluation plus positive du donneur. La soumission serait donc obtenue par simple activation de la norme de réciprocité. La pression à rendre la pareille pour quelque chose que l'on ne souhaitait pas initialement constitue donc une bonne technique de manipulation.

1.6.2 … et on donne à ceux qui proposent de nous donner

Le fait d'avoir obtenu une faveur de la part d'autrui nous conduit à la restituer. Toutefois, il semble que la force de la réciprocité ne réside pas seulement là. Nous avons déjà dit qu'avec la Porte-dans-le-Nez, il n'était pas nécessaire de donner réellement quelque chose mais de faire en sorte de diminuer ses exigences. Il semble donc que si l'on respecte ces principes d'échange, on obtient le même résultat. L'illusion d'une concession suffit pour que la norme soit activée. De fait, on peut penser qu'une promesse suffit également à enclencher cette norme et que, par la suite, nous allons refuser ce que l'on nous proposait initialement simplement parce que cela est un manque de courtoisie que de l'accepter. Le simple respect d'une norme d'échange équitable peut suffire à induire un effet positif sur l'acception

d'une requête sans, pourtant, que, ultérieurement, l'équilibre de l'échange soit obtenu.

Une recherche a été menée, impliquant une utilisation de ce principe de réciprocité pour un acte courant : la demande de cigarettes. Ainsi, Guéguen et Pascual (sous presse *c*) proposaient à des fumeurs (six cents hommes et femmes pris dans la rue alors qu'ils/elles étaient surpris(es) à fumer), en échange d'une cigarette, un peu d'argent (0,50 franc, 1 franc, 2 ou 5 francs). Ce faisant, l'expérimentateur montrait la pièce de monnaie correspondante. Ici les effets de cette requête un peu inhabituelle, et qui sont présentés dans le tableau 3.12 ci-dessous, sont tout à fait éloquents. Alors qu'une seule personne a accepté l'argent, voilà les taux d'acceptation à la requête qui ont été obtenus :

Contrôle (pas d'argent)	50 centimes	1 franc	2 francs	5 francs
31.7	43.3	64.2	63.3	77.5

Tableau 3.12
Taux d'acceptation de la requête selon les types de sollicitations (en %)

Il semble donc que ce n'est pas l'équité économique de l'échange qui explique les résultats mais le respect du principe de cette équité avancée par le demandeur. En proposant quelque chose en échange de sa requête, le sujet a respecté ce principe, ce qui lui a valu un taux d'acceptation plus élevé quand bien même l'argent qu'il proposait a été refusé.

Il est à noter que dans une réplication de cette recherche nous avons demandé à des sujets, en condition contrôle et en condition « deux euros », d'évaluer le sujet ainsi que sa façon de procéder. On observe que le demandeur n'est pas jugé plus sympathique ou plus honnête. Les sujets estiment juste que la demande était plus originale en condition expérimentale et que, certainement, le sujet n'avait pas l'habitude de demander des cigarettes. Ils ont donc été sensibles aux caractéristiques inhabituelles de la demande mais, cela, en aucun cas, n'a affecté leur évaluation de la personne. Ce n'est pas la sympathie qui engendre l'aide ici. Il semble également que l'échange ne fonctionne pas sur une norme d'équité (1 pièce = 1 cigarette). Tout nous laisse donc à penser qu'il s'agit d'un effet de la norme de réciprocité. On sait en effet que c'est autant le respect de ce principe qui conduit à un effet d'obligation que l'équilibre des valeurs d'échange (Bell, Cholerton, Davison, Fraczek et Lauter, 1996). De plus, on sait que cette norme de réciprocité prédispose à l'acceptation d'une requête car on ne peut pas refuser quelque chose à quelqu'un qui applique cette règle (Regan, 1971). Cette norme nous conduit généralement à concéder plus que nous n'avons reçu (Cialdini, 1990). Ici, le refus de la pièce serait la contrepartie du type d'échange

qu'impose la norme de réciprocité : donner quelque chose en retour de quelque chose. Le compère fait une concession en assortissant sa demande d'une contrepartie financière. Aussi, le sujet, après avoir accepté de fournir la cigarette, ferait lui aussi une concession en refusant la somme proposée. Ce processus est certainement celui qui explique pourquoi les personnes qui se voyaient remettre une fleur par des membres de la secte Hare Krishna étaient, quelques dizaines de mètres plus loin, prédisposés à donner de l'argent à cette secte quand bien même la fleur était jetée par la suite (Cialdini, 1990). Une concession qui nous est faite nous conduirait, sous la pression de la norme de réciprocité à faire, à notre tour, une concession afin de respecter les principes d'équilibre de l'échange imposés par cette norme.

2 L'INFLUENCE NON VERBALE

Selon Merhabian (1981), la moitié de la variation des réponses dans le processus de communication entre les gens proviendrait de facteurs non verbaux. La recherche expérimentale, mais aussi clinique, a mis en évidence l'importance des facteurs non verbaux comme le sourire, le toucher, le regard, la gestuelle, la distance proximale et même l'odeur. De grandes revues internationales comme le *Journal of Nonverbal Behavior* consacrent l'exclusivité de leurs publications à cet aspect. Paradoxalement, la psychologie sociale française et européenne n'a que très rarement accordée un intérêt à ces facteurs. En outre, la plupart du temps, les recherches sur ce thème menées dans ces pays proviennent des travaux d'anthropologues ou de sociologues. Pourtant, nous allons voir, dans cette dernière partie, que des comportements non verbaux ordinaires peuvent avoir un effet d'influence sur la soumission à des requêtes explicites ou implicites.

2.1 L'influence du toucher

« Ce qu'il m'a dit m'a beaucoup touché », « Nous avons eu un bon contact », « J'ai bien senti qu'il allait mal »… Voici quelques exemples d'expressions familières qui impliquent peu ou prou une référence au sens du toucher ou à la sensation tactile.

De tous les facteurs d'influence non verbale, le toucher tient une place particulière par son caractère très transdisciplinaire et transversal au sein d'une même discipline. Les chercheurs en sociologie, anthropologie, psychologie, et plus récemment en physiologie et en médecine s'intéressent à ce facteur. En psychologie, le toucher a surtout été étudié par les cher-

cheurs en psychologie sociale, en psychologie du développement et en psychologie clinique et pathologique. Les premières recherches sur la stimulation tactile ont été faites sur l'animal (Harlow, 1971) ou sur le stress chez l'animal (Denenberg et Rosenberg, 1967) et ont montré des effets positifs sur les émotions et le développement des animaux. Chez les humains, la première mise en évidence de l'influence d'une stimulation tactile vient des travaux de Spitz (1946) qui a montré quel pouvait être son intérêt dans le cadre de soins dispensés auprès d'enfants abandonnés à la naissance et placés en orphelinat. Morris (1973) montrera plus tard l'effet du toucher sur le développement émotionnel, intellectuel ou physique des enfants.

L'axe de recherche qui nous intéresse ici est celui emprunté par les chercheurs en psychologie sociale et porte essentiellement sur l'influence du toucher sur le comportement. Nous verrons toutefois dans les recherches qui vont être présentées, que ces travaux trouvent des applications en psychologie du développement, en psychologie de la santé et en psychologie pathologique. Le marketing et la médecine pourront également trouver dans ces travaux des applications fécondes. Il est vrai que l'étendue des travaux sur le toucher est aujourd'hui telle que l'on n'imagine pas qu'il y ait des comportements et notamment des comportements impliquant une relation sociale qui ne puissent être influencés par un simple contact tactile.

2.1.1 Toucher et culture

Jusqu'à présent, les aspects culturels des facteurs de soumission ont été rarement évoqués. Toutefois, s'agissant des comportements non verbaux, on sait que la culture prend un poids considérable et le toucher n'échappe pas à cette règle. On sait depuis longtemps que, en matière de proxémie et de comportement tactile, les facteurs culturels prennent une importance considérable. Hall (1966) distingue les cultures de contacts et de non-contacts en intégrant dans « contacts », le toucher mais aussi le regard, la position et l'orientation du corps, etc. Les cultures de contacts se caractériseraient par une communication tactile et olfactive tandis que les cultures de non-contacts se caractériseraient par un mode de communication visuel. La France, les pays d'Amérique Latine, les pays arabes seraient typiques des cultures de contacts tandis que les pays d'Amérique du Nord, l'Allemagne seraient typiques d'une culture de non-contacts. Andersen (1988) intégrera d'autres pays dans cette dichotomie culturelle en plaçant les Grecs, Italiens, Européens de l'Est, Russes, Indonésiens et Hispaniques dans les cultures de contacts et les Nord-Européens et les Japonais dans les cultures de non-contacts. Pour cet auteur, les climats froids favoriseraient une orientation vers la tâche dans les interactions tandis que sous les climats chauds ou tempérés, il y aurait une orientation vers les individus, ce qui favoriserait, de fait, les interactions tactiles. Aussi séduisante que paraisse cette théorie, on se doit d'admettre, aujourd'hui, que les choses ne sont pas aussi tranchées que la dichotomie

entre cultures de contacts et de non-contacts pourrait le laisser entendre. C'est notamment ce que montre Shuter (1976) qui a constaté que, au sein de trois pays latino-américains (le Costa Rica, le Panama et la Colombie), d'importantes variations dans le nombre de contacts tactiles sont observées entre dyades (4 fois plus de contacts au Costa Rica qu'au Panama). Comme on peut le voir, il a beaucoup de différences au sein de trois cultures pourtant qualifiées de cultures de « contacts ». En dehors de ces situations particulières, des travaux semblent toutefois donner raison à la théorie de Hall (1966). C'est le cas de la recherche menée par Jourard (1966) dont l'objectif consistait simplement à observer le comportement tactile de personnes en conversation à des tables de café dans différents pays. On a pu observer que le nombre de contacts en une heure entre deux personnes était de 180 à San Juan (Puerto Rico), 110 à Paris, 0 à Londres et 2 à Gainesville (Floride). Selon la dichotomie de Hall (1966) ou de Andersen (1988), les deux premières villes proviennent de pays à cultures de contacts tandis que les dernières proviennent de cultures de non-contacts.

Il semble que ce type de contact fasse l'objet d'un apprentissage précoce puisque Field (1999) montre que cette dichotomie entre ces deux cultures se manifeste dans le comportement tactile des parents à l'égard de leurs enfants. Ici encore, les Français touchent beaucoup plus leurs enfants que les Américains, ce qui a pour conséquence, selon Field (*op. cit.*), de diminuer le comportement agressif des premiers comparativement aux seconds et surtout de donner un véritable statut de régulation des affects au contact tactile. Cette dichotomie dans l'utilisation du toucher dans les interactions entre personnes s'observe également dans d'autres cultures que la France et les États-Unis. Ainsi, Shuter (1977), en comparant le contact tactile à l'intérieur de dyades de même sexe ou de sexe opposé en Italie, en Allemagne ou aux États-Unis trouvera plus de touchers dans les dyades mixtes et d'hommes chez les Italiens comparativement aux deux autres pays sans pour autant trouver de différences entre les Allemands et les Américains. Ici aussi, la classification des cultures de contacts et de non-contacts permettait de prédire ces différences. Des recherches plus récentes (Remland, Jones et Brikman, 1991, 1995) menées dans des pays d'Europe et respectant la dichotomie de Hall (pays à cultures de contacts : Italie, Grèce, France ; et pays à culture de non-contacts : Angleterre, Irlande, Hollande) confirmeront, à nouveau, ces différences culturelles.

Les travaux que nous allons présenter ci-après sur l'effet d'influence du toucher ont été menés essentiellement dans des pays anglo-saxons et plus particulièrement aux États-Unis dans une culture qualifiée de non-contacts. Toutefois, certains travaux récents ont été menés en France (culture qualifiée de contacts). Nous verrons que les résultats ne sont guère différents de ceux issus des recherches conduites dans les pays anglo-saxons.

2.1.2 *L'influence du toucher sur la soumission*

Historiquement, Kleinke (1977*a*) est le premier chercheur à avoir testé l'incidence du toucher sur la soumission à une requête formulée par le « toucheur ». Pour cela, elle a conduit deux petites expériences pour le démontrer. Dans la première, une de ses collaboratrices plaçait quelques pièces de monnaie sur les tablettes de cabines téléphoniques et s'en allait. Elle attendait ensuite qu'un homme entre dans la cabine, empoche l'argent et ressorte après avoir téléphoné. À ce moment, elle abordait le sujet en disant qu'elle avait oublié de l'argent dans la cabine quelques minutes auparavant. Elle lui demandait alors s'il ne l'avait pas trouvé. Dans la moitié des cas, lors de cette interaction, l'expérimentatrice se débrouillait pour toucher le sujet une à deux secondes sur le bras. Dans une seconde expérience, cette collaboratrice sollicitait des passants dans la rue afin qu'ils lui donnent de l'argent. Ici aussi, dans la moitié, des cas, en formulant sa requête, l'expérimentatrice touchait fugitivement le bras des passants. Les résultats qui furent observés dans ces deux expériences sont présentés dans la figure 3.5 ci-dessous.

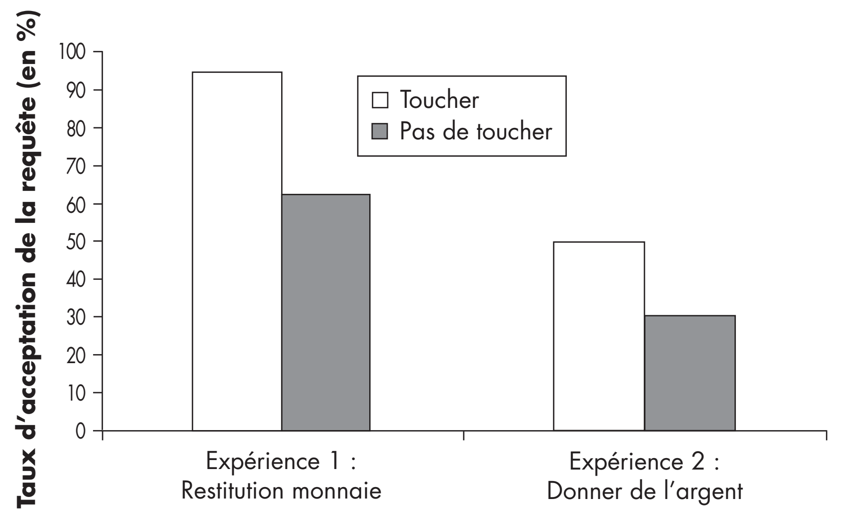


Figure 3.5
Taux d'acceptation des deux requêtes selon la présence ou non d'un contact tactile

Dans les deux cas, un effet positif du toucher est obtenu. Le résultat est d'autant plus spectaculaire que, dans le cas de la première expérience, le taux de soumission en condition contrôle est élevé.

■ *Efficacité du toucher sur des requêtes explicites…*

Les deux expériences de Kleinke (1977*a*) que nous venons de présenter ont été les premières à tester l'effet du toucher dans le cas d'une demande explicite, c'est-à-dire dans des cas où la requête était directement formulée aux

sujets. De nombreuses autres recherches ont confirmé ces premiers résultats. Ainsi, Brockner, Pressman, Cabitt et Moran (1982), en répliquant la première expérience de Kleinke (1977*a*), montreront que 66 % des sujets ont restitué l'argent en condition contrôle contre 78 % en condition de toucher. De plus ces chercheurs montreront que la même efficacité du toucher est obtenue quel que soit le sexe du solliciteur et celui de la personne sollicitée.

On réplique ici une expérience dans deux contextes différents mais il n'y a pas que dans ces situations que le toucher s'avère efficace. Ainsi, Hornik (1987) montre que le toucher augmente le taux de répondants à un questionnaire fait dans la rue (76.4 % en condition « toucher » contre 54.2 % en condition « contrôle »). Il observera, en outre, un effet à long terme de ce contact tactile. Ainsi, parmi les sujets ayant accepté la première requête, on a pu observer un taux d'acceptation d'une enquête ultérieure (l'enquêteur demandait aux sujets s'ils accepteraient de prendre un autre questionnaire pour y répondre) plus important en condition « toucher » (28.4 %) qu'en condition « contrôle » (8.3 %). Comme aucun contact tactile n'était utilisé pour la seconde requête, on peut donc en conclure que le toucher a un effet positif dans le temps.

Ces travaux que nous venons de présenter ont été menés aux États-Unis. Nous avons signalé précédemment l'importance du toucher selon la culture. Toutefois, il semble que la culture n'ait pas d'incidence sur la soumission à des requêtes explicites. Guéguen (2001*a*) a répliqué la seconde expérience de Kleinke en France. Une jeune femme demandait à des passants dans la rue « une ou deux pièces pour la dépanner ». Ici, le taux d'acceptation de la requête mais également le montant moyen des dons accordés servaient de variables dépendantes. Les résultats obtenus sont présentés dans le tableau 3.13 ci-dessous.

	Toucher	**Pas de toucher**
Soumission à la requête (en %)	46.7	28.3
Montant moyen des dons (en €)	0.68	0.57

Tableau 3.13
Soumission à la requête de don et montant moyen du don selon la présence/absence de contact tactile

Un effet positif du toucher est observé à la fois sur le taux de soumission et sur le montant moyen des dons accordés par les sujets. On observe que, ici, les sujets touchés se sont plus impliqués dans la demande. Une seconde recherche de Guéguen (2001*a*) confirmera cet effet dans une situation également plus impliquante pour le sujet. Une jeune femme compère abordait des passants dans la rue en leur demandant d'examiner un bijou neutre en termes de genre puis de répondre à un questionnaire sur celui-ci. Les

résultats montreront que 65 % des sujets touchés ont consenti à la requête contre 46 % en condition contrôle. De la même manière, Guéguen et Fischer-Lokou (2002) ont montré que le toucher conduisait plus favorablement des personnes à accepter de garder le chien d'un inconnu qui prétendait devoir aller dans une pharmacie située à quelques mètres de là. Comme les chiens étaient interdits, cela justifiait sa requête. Pourtant, alors que le chien était relativement massif (près de 50 kg) et particulièrement remuant, les personnes touchées ont été 55 % à accepter contre 35 % en condition contrôle.

■ *… et sur des requêtes implicites*

Nous avons vu à plusieurs reprises dans cet ouvrage qu'il n'est pas nécessaire de formuler explicitement une requête pour obtenir un comportement d'aide de la part d'une personne. Spontanément, le sujet peut produire un tel comportement. Or, la recherche sur le toucher n'a pas, dans ses investigations, échappé à cette règle consistant à évaluer l'influence que ce facteur peut avoir sur l'aide implicite. Ainsi, Paulsell et Goldman (1984) abordaient des hommes et des femmes dans la rue en se présentant comme membres d'un comité littéraire quelconque. Ils demandaient au sujet s'il accepterait de répondre à quatre questions. En cas d'acceptation (1.8 % de refus), le questionnaire était administré en face-à-face. Puis, l'enquêteur remerciait le sujet. Selon le cas, en adressant ses remerciements, il touchait ou ne touchait pas le bras du sujet. Immédiatement après, en se retournant, l'enquêteur faisait tomber « accidentellement » des questionnaires par terre. On mesurait alors si le sujet apportait spontanément son aide. Les résultats montreront que 45 % des sujets ont apporté leur aide en condition de toucher préalable contre 28 % en condition contrôle.

Outre l'effet positif du toucher sur l'aide spontanée à autrui, certaines recherches ont mis en évidence qu'un tel contact conduit les sujets à persévérer plus longuement dans une tâche difficile consistant à répondre à un questionnaire long et portant sur des sujets très intimes. Ainsi, en soumettant à des étudiants un questionnaire de 150 questions délibérément provocantes ou susceptibles de susciter des émotions particulières, des controverses ou des atteintes à l'estime de soi (homosexualité, peine capitale, euthanasie, discrimination raciale, fraude fiscale, etc.), Nannberg et Hansen (1994) ont montré que, en moyenne, les sujets touchés ont répondu à 96.5 questions contre 76.8 en condition contrôle. En outre, 40 % des sujets touchés ont été jusqu'au bout (ils ont répondu aux cent cinquante questions) contre 19 % en condition contrôle. Bien entendu ici, le toucher n'était pas utilisé pour augmenter le taux d'acceptation de la requête puisque la manipulation expérimentale n'avait lieu qu'auprès des sujets ayant initialement accepté de répondre à ce questionnaire : dans le groupe expérimental, le toucher (contact fugitif sur le bras) avait lieu alors que le questionnaire leur était remis.

Les recherches ci-dessus ont été faites aux États-Unis mais, comme précédemment, des recherches sur le toucher dans le cas de requêtes implicites ont été conduites en France, qui rappelons-le, est considérée comme un pays à culture de contacts. Guéguen (2001*a*) demandait à un compère d'aborder une personne seule à un arrêt de bus afin d'obtenir la direction d'une rue. Le compère se présentait comme étudiant et, alors qu'il tenait un plan et un paquet de disquettes informatiques dans une main, il sollicitait l'aide du sujet pour se repérer. Après avoir reçu son renseignement, le compère remerciait le sujet. Selon le cas, en adressant ses remerciements, le sujet touchait ou ne touchait pas fugitivement le bras de sujets. Puis il se retournait. Ce faisant, il laissait choir « accidentellement » le contenu de sa boîte de disquettes par terre. On mesurait alors si le sujet apportait son aide. On observera, ici aussi, un effet positif du toucher puisque 93 % des sujets ont aidé le compère contre 66 % en condition contrôle. Comme on le voit, malgré des différences culturelles, le toucher ne semble pas conduire à des variations dans la réaction des sujets : ici aussi, ils apportent plus aisément leur aide au « toucheur ».

2.1.3 Toucher et comportement du consommateur

Le comportement d'achat suppose souvent un contact social. Stone (1954) a montré que les consommateurs ont un profond attachement pour les employés de commerce et on sait également que le comportement pro-social des vendeurs a une fonction importante sur le comportement du consommateur (Assael, 1987). L'influence du vendeur peut dépendre de ses qualités (crédibilité, amabilité, etc.) mais aussi de facteurs non verbaux. Le toucher permettrait d'influencer le sujet par le biais de l'accroissement de l'éveil de l'attention et l'intimité perçue entre lui et le vendeur. Ainsi, certains chercheurs ont fait l'hypothèse que le toucher du client par un vendeur pourrait accroître la sympathie que celui-ci lui porterait et produirait un plus haut niveau d'implication émotionnelle à l'égard de la situation de vente et donc, par contrecoup, cela faciliterait l'achat.

L'expérience menée par Smith, Gier et Willis (1982) illustre le début de l'étude du toucher dans un cadre strictement commercial et dans des situations d'expérimentations naturelles. En se fondant sur les résultats des recherches antérieures sur le toucher, ceux-ci ont fait l'hypothèse que l'effet facilitateur du toucher sur la soumission à des requêtes pouvait s'étendre à des requêtes commerciales. La procédure qu'ils ont utilisée était pourtant des plus simples. À l'intérieur d'un supermarché, un stand de présentation de produits était installé et présentait une nouvelle marque de pizza. Le démonstrateur du produit abordait un client du magasin en lui demandant de goûter un échantillon de pizza. Selon le cas, le démonstrateur touchait fugitivement ou ne touchait pas la personne en formulant sa requête. Après que le sujet ait quitté le stand en ayant accepté de goûter l'échantillon de pizza, une

autre personne l'abordait en lui demandant de donner son avis sur la pizza qu'il avait goûtée. Cette évaluation se faisait à l'aide d'une échelle allant de 1 (notée « pas bonne ») à 10 (notée « très bonne »). Le client était ensuite remercié et il pouvait alors reprendre son activité de déambulation à travers les rayons du magasin. À son insu, toutefois, un des expérimentateurs le suivait discrètement à distance afin de voir s'il achetait ou pas la pizza présentée. On pouvait donc mesurer à la fois le taux de personnes ayant accepté de goûter et le taux de personnes ayant acheté la pizza présentée. Ces résultats sont présentés dans la figure 3.6 ci-dessous.

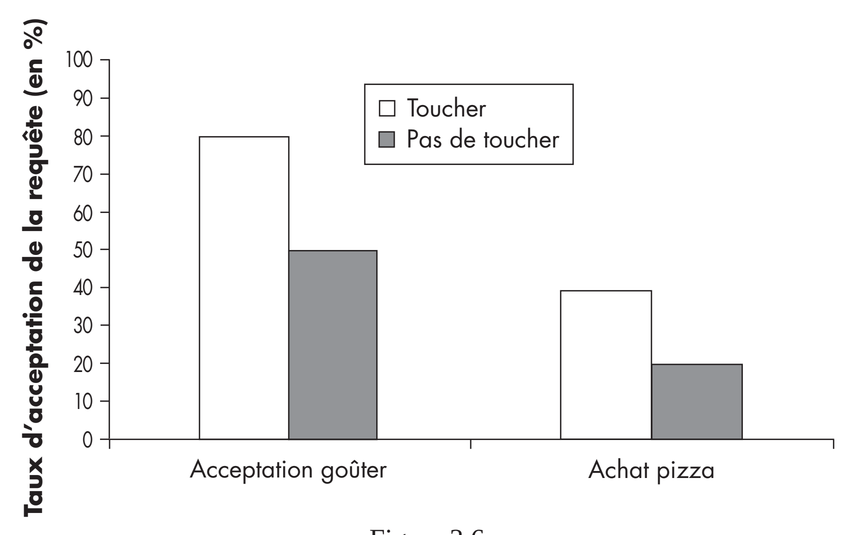


Figure 3.6

Taux d'acceptation de goûter la pizza et taux d'achat ultérieur de celle-ci

Les résultats obtenus attestent, encore une fois, de l'effet d'un simple contact tactile. Le toucher incite plus favorablement les personnes à goûter le produit présenté mais incite également les clients à acheter le produit. Ces différences apparaissent totalement indépendantes de l'évaluation du produit puisque les deux groupes présentent une moyenne d'évaluation de la pizza quasi identique (8.65 en condition « toucher » *contre* 8.57 en condition contrôle). Cela tend donc à prouver que le comportement d'achat du sujet n'est pas influencé par une perception différenciée de la qualité gustative du produit. Il semble donc que l'effet du toucher réside plus dans la nature d'une différenciation du rapport social qu'un tel contact induit.

Ces résultats, qui peuvent paraître étonnants de prime abord, ont été largement répliqués. Ainsi, Hornik (1992*b*), reprenant le principe de l'expérience de Smith *et al.* (1982) dans un autre pays, et en utilisant cette fois des femmes comme démonstrateurs de produits (il s'agissait ici de faire découvrir aux clients de nouveaux gâteaux apéritifs), observe le même pattern de résultats : 85 % des sujets touchés consentent à goûter le produit contre 65 % en condition contrôle tandis que le taux d'achat du produit

atteint 64 % chez les goûteurs ayant été touchés contre 43 % en situation contrôle. L'effet du toucher se retrouve bien réaffirmé, dans un contexte quasi identique, alors que dix années séparent les deux recherches et que celles-ci ont été menées dans des pays différents (États-Unis pour l'expérience de Smith *et al.* et Israël pour Hornik). Le processus d'influence du comportement du client à la suite d'un simple contact tactile apparaît donc comme puissant et stable. Une variante de cette recherche a été faite en France par Guéguen (2001*d*) dans un contexte où, pourtant, la proximité physique entre personnes était plus importante. Plusieurs centaines d'hommes et de femmes faisant leur marché dans une ville touristique ont servi, malgré eux, de sujets dans cette expérience. Celle-ci se déroulait sur un marché ouvert lors de journées agréables et ensoleillées. Elle impliquait des vendeurs de condiments destinés à l'apéritif (olives et légumes macérées dans des sauces diverses et variées, fruits secs, etc.) qui tenaient un étal. Le compère-vendeur se tenait quelques mètres en avant de son étal au milieu du flux de passants et tenait une coupelle à la main dans laquelle se trouvaient des olives macérées dans une sauce modérément épicée. Il interpellait les sujets dans la rue en tendant sa coupelle et en disant : « Goûtez-moi cette olive et dites-moi si ce n'est pas bon. ». Ce faisant, le compère touchait ou ne touchait pas la personne sur l'avant-bras au moment où il l'interpellait. Si la personne ne voulait pas goûter, le compère poursuivait comme précédemment avec un nouveau sujet. Si la personne acceptait de goûter, le compère lui tendait alors la coupelle, attendait que la personne ait mangé et montrait d'un geste de bras son étal en indiquant qu'il avait vingt-sept variétés de sauces des plus douces aux plus épicées. L'étal se trouvait à environ trois mètres du compère et du sujet et deux jeunes femmes assuraient le service de vente des produits. Un compère-observateur qui se tenait à mi-marche d'un escalier d'où il pouvait apercevoir le lieu d'expérimentation notait si la personne avait été touchée, si elle acceptait de goûter le produit présenté et si, oui ou non, elle achetait quelque chose à l'étal. Lorsque la personne achetait quelque chose, le sujet se rendait à côté de l'étal afin de mesurer le montant des achats effectués par la personne. L'ensemble des résultats obtenus est présenté dans le tableau 3.14 ci-dessous.

	Toucher	**Pas de toucher**
Acceptation de goûter (en %)	45.14	34.89
Taux d'achat (en %)	39.45	28.82
Montant moyen des achats (en €)	3.18	3.21

Tableau 3.14

Taux d'acceptation de goûter, taux d'achat et panier moyen selon les conditions expérimentales

Un effet positif du toucher a été observé à la fois sur le taux d'acceptation de goûter et sur le taux d'achat. Toutefois, aucun effet du contact n'a été observé sur le panier moyen des clients. On confirme donc globalement les résultats des expériences de Smith *et al.* (1982) et de Hornik (1992*b*) dans un nouveau contexte commercial et dans une autre culture. Cela atteste bien de la puissance du toucher dans un tel contexte.

Bien entendu, la présentation de produits est un contexte particulier où la relation entre client et vendeur est importante. Il s'agit également d'une situation d'achat non prévue par les sujets. Dans ce contexte, une sympathie accrue induite par un contact tactile pourrait inciter le sujet à acheter. Toutefois, toutes les situations commerciales ne sont pas fondées sur une telle relation.

Pour cette raison, Hornik (1992*a*) a tenté d'évaluer l'impact du toucher dans une situation plus anodine. L'expérience avait lieu dans un magasin d'une grande ville ayant annoncé des soldes deux jours auparavant. Lorsqu'un client entrait dans le magasin, un employé l'abordait et lui remettait un petit catalogue présentant les produits en promotion, les nouveaux produits en rayon avec leur prix, etc. Pendant cette brève interaction, l'employé touchait ou ne touchait pas le bras du client. À ce moment, il remettait également au client un coupon de parking. Après ses courses, au moment où le client s'apprêtait à demander le ticket permettant de sortir gratuitement sa voiture garée dans le parking situé sous le magasin, un compère lui demandait s'il accepterait de remplir un petit questionnaire destiné à évaluer le magasin. L'expérimentateur, à l'insu du client, avait, quant à lui, enregistré le temps passé dans le magasin par le client et le montant des achats que celui-ci avait effectué. Les résultats qui furent obtenus sont présentés dans le tableau 3.15 ci-dessous.

	Toucher	**Pas de toucher**
Temps moyen passé dans le magasin (en minutes)	22.11	13.56
Montant moyen des achats (en $)	15.03	12.23
Évaluation du magasin (4 = favorable)	3.20	2.10

Tableau 3.15

Moyennes des trois évaluations réalisées selon les conditions expérimentales

Pour les trois variables, la condition « Toucher » se distingue statistiquement de la condition contrôle (pas de toucher). Comme on peut le voir, le toucher a conduit les clients à passer plus de temps dans le magasin, à évaluer plus positivement ce dernier et, enfin, à consommer plus. Pourtant, ici, aucune requête n'était faite par le « toucheur ». Celui-ci avait le rôle anodin d'un simple employé d'accueil distribuant des brochures.

L’ensemble des recherches présentées ci-dessus impliquait une situation peut-être moins coutumière pour les sujets, ce qui pourrait expliquer les résultats obtenus. En effet, nous ne sommes pas accueillis tous les jours par un démonstrateur ou un employé dans un magasin, ce qui peut accentuer l’effet du toucher. Une situation plus anodine a donc été testée par Kaufman et Mahoney (1999) avec une mesure du comportement du consommateur particulièrement originale. Leur expérience impliquait des dyades de clients de bars assis à des tables. Cinq serveuses ont tenu le rôle de compères. Chaque serveuse approchait une dyade et s’adressait tout d’abord au membre de la dyade qui ne serait pas touché (membre secondaire) en lui demandant ce qu’il désirait prendre, puis elle s’adressait à l’autre membre (membre principal) en lui soumettant la même demande. Selon le cas, en formulant cette demande, la serveuse touchait ou ne touchait pas la personne sur l’épaule deux à trois secondes. Aucune autre interaction tactile n’avait lieu par la suite. Ce que les sujets consommaient était alors mesuré et converti en onces de bière (équivalent d’alcool contenu dans environ 30 centilitres de bière). Les résultats qui furent obtenus sont présentés dans le tableau 3.16 ci-dessous.

Condition toucher		**Condition sans toucher**	
Membre principal	**Membre secondaire**	**Membre principal**	**Membre secondaire**
28.9	24.9	20.6	21.5

Tableau 3.16
Moyenne de la consommation d’alcool (en onces de bière)

Comme on peut le voir, le toucher, comparativement à l’absence de toucher, a, en moyenne, conduit le client à consommer plus d’alcool mais a également conduit celui ou celle qui l’accompagnait à faire de même. Il est donc vraisemblable que le membre de la dyade qui a été touché a mobilisé un certain type de comportement destiné à inciter l’autre membre à consommer également.

Ces travaux sur l’incidence du toucher sur le comportement de consommation en situation naturelle apparaissent particulièrement robustes et la gamme des comportements de consommation apparaît étendue. Nous allons voir à présent un autre aspect de l’influence du toucher sur le comportement qui apparaît tout aussi étonnant et que l’on pourrait ranger, d’une certaine manière, dans la catégorie des comportements d’aide implicite.

■ *Toucher et aide implicite d’un consommateur : les pourboires*

Depuis de nombreuses années, l’étude des facteurs qui affectent le montant des pourboires que laisse un client à un serveur fait l’objet d’explorations

systématiques notamment aux États-Unis où l'essentiel des revenus des serveurs et des barmans provient des pourboires consentis par les clients. Certaines de ces variables sont directement sous le contrôle du serveur. Stillman et Hensley (1980) ont pu montrer qu'une fleur dans les cheveux d'une serveuse augmentait significativement les pourboires qu'elle recevait. On observe également un effet positif de l'attrait du serveur (Lynn, Zinkhan et Harris, 1993), du nombre de visites de la table (Fitzsimmons et Maurer, 1991), de la présentation du serveur lors de l'accueil (Garrity et Degelman, 1990). Tout naturellement, certains chercheurs ont étudié les effets du toucher dans le cadre de ce paradigme en s'inspirant des recherches ayant démontré un effet positif du toucher sur la soumission à des requêtes. La première recherche de ce type est celle menée par Crusco et Wetzel (1984) qui a permis d'utiliser une méthode expérimentale dans un cadre naturel et commun : le restaurant. Une serveuse, après avoir donné l'addition à un client, touchait ou ne touchait pas ce dernier. En condition de toucher, soit la serveuse touchait l'épaule du client pendant une seconde, soit elle touchait deux fois la main du client pendant une demi-seconde. En condition contrôle, la serveuse adoptait le même comportement, le même service, etc., sans toutefois toucher le client. Après que la note ait été réglée, un questionnaire constitué de neuf échelles sémantiques était donné au client afin d'évaluer les qualités prêtées à la serveuse (gentillesse, amabilité, etc.) et celles prêtées à l'atmosphère du restaurant (attrait, confort, etc.). Les résultats obtenus valident encore une fois l'effet positif du toucher. Alors qu'en condition contrôle, le taux de pourboires laissés – exprimé en proportion du montant de l'addition – atteint 12.2 % en moyenne (conforme au taux habituel), il atteint 14.4 % lorsque le client est touché à l'épaule et 16.7 % lorsque celui-ci est touché, à deux reprises, sur la main. D'une manière générale, le toucher permet d'obtenir plus de pourboires qu'en condition contrôle mais, malgré une meilleure efficacité apparente du toucher sur la main, aucune différence statistique ne s'observe en ce qui concerne les zones touchées. Également, un effet du sexe du client est observé en condition expérimentale : les hommes touchés laissent un pourboire moyen de 15.3 % contre 12.6 % pour les femmes ayant été touchées. En ce qui concerne l'évaluation du restaurant, on n'observe pas d'effet de perception plus positive de la serveuse ou du restaurant selon les conditions expérimentales. Indépendamment de ces conditions, les hommes produisent une évaluation plus positive que ne le font les femmes. Toutefois, il n'y a pas d'effet d'interaction avec le toucher. Enfin, aucune corrélation entre le taux de pourboires laissés et l'évaluation n'est observée. Pour les auteurs, il serait possible que le toucher n'ait qu'un effet à court terme ou que les sujets n'aient pas été conscients d'avoir été touchés. Cette non-conscience n'affecterait pas leur niveau d'explication verbale mais seulement leur comportement si l'on considère le pourboire laissé.

Dans une réplication partielle de l'expérience précédente, Stephen et Zweigenhaft (1986) ont mesuré l'efficacité du toucher selon que la serveuse touchait ou ne touchait pas l'homme ou la femme de couples seuls dînant au restaurant. Dans ce cas, la serveuse obtient significativement plus de pourboires mais uniquement lorsque la femme a été touchée. Ces résultats semblent contradictoires avec ceux obtenus par Crusco et Wetzel (1984). Il est possible qu'un effet d'empathie, favorisé par l'effet de convergence des sexes, soit activé. Cela conduirait la femme à se montrer plus généreuse envers une autre femme. Si cette différence de résultats selon le genre est intéressante, elle reste difficile à interpréter car on dispose de peu de recherches et des contradictions demeurent. Ainsi, Lynn, Le et Sherwyn (1998), dans une recherche menée aux États-Unis (comme ce fut le cas pour les deux précédentes expériences relatées), n'ont pas montré de différence de réaction au toucher chez les hommes ou les femmes. Ici encore, un effet positif du toucher sur les taux de pourboires a été observé (14.8 % contre 11.5 % en condition contrôle) mais les clients ont réagi de la même manière que les clientes. On peut donc difficilement tirer des généralités à ce stade. Nous reviendrons sur cet aspect du genre un peu plus loin et nous verrons que, souvent, il s'agit d'un épiphénomène.

Afin de mieux appréhender le mécanisme psychologique susceptible d'expliquer l'effet du toucher sur les pourboires, Hornik (1992*b*) a fait évaluer le serveur et le restaurant par les clients. En outre, sa recherche a tenté de voir si on pouvait étendre l'effet du toucher sur les pourboires dans d'autres cultures : sa recherche a été menée en Israël. Ici aussi, les sujets étaient constitués de couples mixtes. À la fin du repas, le serveur demandait aux clients si tout était bien et se débrouillait pour toucher le bras d'une des personnes pendant une seconde. Après avoir quitté le restaurant, l'expérimentateur, qui attendait à la sortie, demandait aux clients de répondre à un questionnaire constitué d'échelles permettant d'évaluer le serveur (bon/pas bon) ainsi que le restaurant (qualité supérieure/inférieure). Les résultats obtenus sur l'ensemble des variables mesurées sont présentés dans le tableau 3.17 ci-dessous.

	Toucher	**Pas de toucher**
Proportion du pourboire laissé au serveur (en %)	17.68	14.50
Évaluation du serveur (+4 = très bon)	3.16	2.24
Évaluation du restaurant (+4 = supérieur)	2.77	2.18

Tableau 3.17
Moyennes des taux de pourboires et des évaluations du serveur et du restaurant selon la condition expérimentale

D'une manière générale, on observe que la condition « Toucher » est statistiquement différente de la condition contrôle « Pas de toucher » pour chacune des mesures considérées. De plus, une corrélation entre les évaluations du serveur et le taux de pourboires est observée alors que ce n'est pas le cas pour l'évaluation du magasin. Ce résultat est intéressant car il laisse à penser que c'est une perception plus positive du serveur résultant du toucher qui expliquerait le taux plus élevé de pourboires qu'on lui accorde. On verra plus loin que cette piste théorique n'est pas sans manquer d'intérêt.

Que la demande soit explicitement formulée ou pas par le toucheur, les résultats vont dans le même sens : le toucher augmente la probabilité de soumission de la personne touchée à l'égard de la sollicitation du « toucheur ». Le toucher apparaît comme un puissant mécanisme d'influence du comportement d'autrui. Il semble encourager le sujet à agir. De fait, certains chercheurs ont exploité ce mécanisme incitatif afin d'affecter d'autres comportements et notamment des comportements dont l'émission ne bénéficiait pas à un tiers mais au sujet lui-même. Ce dernier aspect de l'effet d'influence du toucher est l'un des plus récents de la recherche psychosociale.

2.1.4 Toucher et motivation

Le rêve d'un thérapeute, d'un enseignant ou d'un formateur est d'induire une motivation spontanée à émettre des comportements positifs comme s'appliquer dans une tâche, suivre une recommandation, participer en classe… mais, également, à diminuer son anxiété, ses peurs… Dans ce cas, il est clair que celui qui tire partie d'une telle relation est d'abord le sujet lui-même. Nous allons voir que le toucher peut être, ici encore, le médiateur privilégié de celui qui souhaite changer le comportement d'autrui.

■ *Toucher et santé*

La recherche menée par Whitcher et Fisher (1976) illustre parfaitement l'incidence du toucher utilisé à dessein de favoriser des comportements dont le principal bénéficiaire est le sujet lui-même. Cette expérience a été réalisée auprès de patients admis à l'hôpital afin de subir une intervention chirurgicale. Peu de temps après son admission, le patient se faisait expliquer par l'infirmière en quoi consisterait son opération chirurgicale. Selon le cas, celle-ci touchait (ou ne touchait pas) le bras du patient. Ensuite, elle lui remettait un livret d'informations complémentaires concernant l'opération. Elle plaçait alors (ou ne la plaçait pas) sa main sur le bras du patient pendant environ une minute en examinant, avec lui, le livret qu'elle lui avait remis. Les résultats montreront que les patients touchés ont significativement mieux étudié le livret d'instruction remis par l'infirmière. Plus étonnant est l'effet du toucher sur les mesures de l'anxiété ressentie par les patients. Les

résultats montreront que le toucher a conduit à réduire cette anxiété et a également conduit à percevoir l'hospitalisation comme moins désagréable. Dans le même temps, le toucher a eu différents effets physiologiques. On a en effet remarqué une diminution de la pression diastolique et systolique des patients et cela, avant, pendant, et même après l'opération. Il est possible que ces effets soient imputables à la réduction de l'anxiété ressentie par les sujets. Ici, le toucher, en produisant un effet d'apaisement des craintes du sujet, s'accompagnerait d'un état d'apaisement physiologique.

La recherche de Eaton, Mitchell-Bonair et Friedmann (1986) va plus loin dans l'effet du toucher sur le comportement dans la mesure où elle a été réalisée auprès de personnes souffrant de troubles de santé importants. Ces auteurs ont en effet mené leur expérimentation avec des personnes placées en institution et souffrant de troubles organiques cérébraux chroniques (aphasie, maladie de Parkinson, etc.). Les patientes étaient des femmes dont l'âge moyen était de 85 ans. L'un des problèmes majeurs avec ce type de personnes est le risque d'anémie occasionné principalement par une sous-alimentation importante : ces personnes mangent peu ou refusent parfois de manger. Dans cette recherche, trois périodes d'observation avaient été définies. Chacune durait cinq jours (cinq jours avant l'expérience, cinq jours durant l'expérience et cinq jours après l'expérience). Les sujets se retrouvaient dans la salle de repas en groupe de 8-10 personnes et le personnel les encourageait verbalement à manger. Durant la phase 2, en condition expérimentale, pendant les repas, le personnel, en encourageant verbalement le patient à manger, touchait brièvement son avant-bras. Le toucher était effectué cinq fois sur un total d'interaction d'une heure. Les variables dépendantes utilisées prenaient en compte le nombre de calories et de protéines absorbées par les patients, qui bien entendu, recevaient tous la même nourriture et dans les mêmes quantités. Les résultats qui furent obtenus sont présentés dans le tableau 3.18 ci-dessous.

	Calories		Protéines	
	Pas de toucher	Toucher	Pas de toucher	Toucher
Phase de prétraitement	635.6	573.0	36.0	32.0
Phase de traitement	591.4	735.2	34.8	43.4
Phase de post-traitement	611.6	725.2	35.9	44.0

Tableau 3.18

Moyennes des calories et protéines absorbées durant les phases de mesure

Nous rappellerons que la phase de prétraitement correspond à une phase normale d'interaction avec les patients. On voit, dans ce cas, que le hasard a

fait que le groupe qui se retrouvera par la suite en condition de toucher est celui dont la moyenne des calories et des protéines absorbées est la plus faible. La phase de traitement correspondait à celle où, pour la moitié des sujets, un contact tactile était réalisé à cinq reprises. On observe des effets immédiats sur le comportement alimentaire des sujets. Ceux-ci absorbent statistiquement plus de calories et de protéines. Cette différence étant obtenue en comparant ce groupe avec le groupe contrôle (pas de toucher), mais également en comparant les moyennes de ce groupe avec ses propres moyennes obtenues en phase de prétraitement. Dans le même temps, aucune différence entre les deux phases n'a été observée dans le groupe contrôle. En prenant en compte la dernière phase, on constate encore des différences entre le groupe contrôle et expérimental alors qu'aucun contact tactile n'a eu lieu pendant cinq jours. Les effets positifs observés pendant la phase de traitement perdurent dans le groupe de patients ayant reçu un encouragement tactile tandis que, dans le même temps, aucune évolution ne s'observe auprès du groupe contrôle. Ces résultats étonnants, si on considère la population de sujets, ont reçu une confirmation avec la recherche de Lange-Alberts et Shott (1994), lesquels montreront, avec des patients souffrant de troubles cognitifs sévères (maladie d'Alzheimer, troubles cognitifs à la suite d'accidents vasculaires cérébraux, etc.), un effet également positif du toucher sur la prise de nourriture.

Dans le cadre plus intime et plus centré sur une interaction réellement thérapeutique, on observe également des effets positifs du toucher sur le comportement des patients lorsque le thérapeute touche ses patients. Bien entendu, nous ne parlons pas ici des effets d'un contact tactile prolongé du type massages ou caresses dont une littérature abondante a montré, de manière empirique et expérimentale, les effets positifs sur l'agressivité, la consommation d'alcool, le stress au travail (Field, 1998, pour revue). Il s'agit ici, essentiellement, de l'effet d'un contact tactile anodin dans le cadre d'une relation thérapeutique entre un individu (le patient) et un thérapeute ou un conseiller. Jourard et Friedman (1970) ont ainsi montré, lors d'une première séance entre un psychologue et son patient, que le simple contact tactile conduit le patient à parler plus longtemps de problèmes particulièrement intimes avec le thérapeute. De plus, cet effet s'accentue si le toucher est répété. Dans le même temps, cela conduit à une évaluation plus positive du thérapeute. Les mêmes effets positifs du simple contact tactile sont observés par Pattison (1973). Dans sa recherche, des psychologues universitaires, qui recevaient des étudiantes en thérapie, avaient pour instruction, dans la moitié des cas, de toucher cinq fois leur patiente sur le bras pendant une première séance qui durait une cinquantaine de minutes. La séance faisait l'objet d'un enregistrement et le contenu était ensuite évalué par la méthode des juges (personnes formées ou expertes qui doivent catégoriser le contenu verbal de l'interaction) à dessein de déterminer le score de ce que Pattison a appelé les auto-révélations : en fait des révélations sur soi très personnelles, très

intimes et non explicitement sollicitées par le thérapeute. Les résultats qui seront obtenus en comparant un groupe de patientes touchées avec un autre groupe constitué de patientes non touchées, montreront que le niveau de révélations sur soi a été plus élevé en condition de contact tactile. Le toucher a donc eu un effet plus important de désinhibition du comportement du patient.

Le toucher semble également induire des effets motivationnels à plus long terme dans le cadre d'une relation thérapeutique. Ainsi, Bacorn et Dixon (1984) ont demandé à des psychologues de toucher leurs patients lors d'un premier entretien thérapeutique mené auprès d'étudiants en situation d'indécision extrême sur leur avenir, sur ce qu'ils devaient faire dans leur vie. Cette fois, quatre contacts tactiles étaient prévus et étaient répartis sur la durée d'un entretien compris entre 30 et 35 minutes. L'objectif était que ces étudiants viennent plusieurs fois pour parler de ces problèmes. Ici, le sujet était libre de prendre ou pas un nouveau rendez-vous. Les résultats montreront que, à l'issue du premier entretien avec le thérapeute, 50 % des patients touchés ont souhaité un autre rendez-vous contre 30 % en condition contrôle (non-toucher).

Ces effets du toucher en matière de santé ne sont que des exemples parmi d'autres des nombreuses recherches consacrées à l'effet du contact tactile en matière de santé. Ainsi Hollinger (1986), en étudiant le lien entre l'utilisation du toucher par les infirmières et la durée et la fréquence des réponses verbales des patients, a montré que le toucher accroît la durée et les fréquences des interactions verbales. Une recherche de Fisher et Joseph (1989) a montré que lorsque des infirmières sont incitées à toucher des patients, cela conduit à un état d'apaisement émotionnel plus important chez ces derniers. Dans le même temps, les infirmières estiment avoir plus de valeur et considèrent leurs soins comme plus personnalisés. Weiss (1990) montrera une réduction de l'état d'anxiété avec le toucher chez des patients souffrant de pathologies cardiaques. Comme on peut le constater, l'étendue du champ d'application du toucher à la santé est vaste. Or, les travaux que nous citons sont relativement récents (moins d'une quinzaine d'années), ce qui laisse augurer une évolution importante de la connaissance et des applications du toucher dans les décennies à venir notamment si une telle méthodologie d'investigation continue d'être employée. L'étendue des applications et le niveau d'efficacité exercé par le toucher expliquent d'ailleurs bien pourquoi la prestigieuse école de médecine de l'université de Miami accueille, en son sein, un institut unique au monde : le *Touch Research Institute*[1] dont les travaux sont essentiellement axés sur les effets d'influence du toucher en matière physiologique, psychologique et communicationnelle.

1. Le site Internet et les publications de cet institut peuvent être consultés à l'adresse suivante : http://www.miami.edu/touch-research

■ *Toucher et pédagogie*

Encourager ses élèves, ses étudiants, est à la base de toute pédagogie mais si le principe est louable, l'appliquer ou parvenir à l'appliquer n'est pas si évident. Dans cette perspective, les encouragements non verbaux pourraient exercer leur influence. Tout naturellement, le toucher a été étudié dans ce contexte et les travaux qui ont été conduits ont porté sur le comportement en cours mais, également, sur l'effet du toucher sur les performances scolaires. Les résultats observés, tant chez des enfants que chez des adultes, n'ont de cesse, vous allez le voir, de nous interroger sur l'importance de ce facteur dans nos relations sociales.

L'expérience de Steward et Luppfer (1987) caractérise parfaitement l'importance du contact tactile, en apparence très anodin, dans une relation pédagogique. Ces chercheurs ont tenté d'évaluer l'impact du toucher sur les performances scolaires d'étudiants. Les sujets effectuaient un premier examen à la suite d'un cours. Ils étaient informés qu'ils auraient un bref entretien avec l'enseignant avant un second examen : l'objectif de cet entretien étant de cerner les problèmes qu'ils avaient et de trouver des méthodes permettant d'accroître leur performance. Lors de l'entretien qui durait dix minutes, l'étudiant et l'enseignant discutaient de l'examen. L'enseignant évaluait les lacunes de l'étudiant, le conseillait. Durant cette phase, l'enseignant se débrouillait pour toucher deux fois durant deux à trois secondes le sujet sur le bras, sans pression. En condition contrôle, le sujet n'était pas touché. Deux semaines après, un second examen avait lieu. Les résultats qui furent obtenus sont présentés dans la figure 3.7 ci-dessous. La variable dépendante portait sur la différence de réussite au second examen par rapport au premier : une valeur positive allant dans le sens d'une amélioration tandis qu'une valeur négative allait dans le sens d'une baisse de performance.

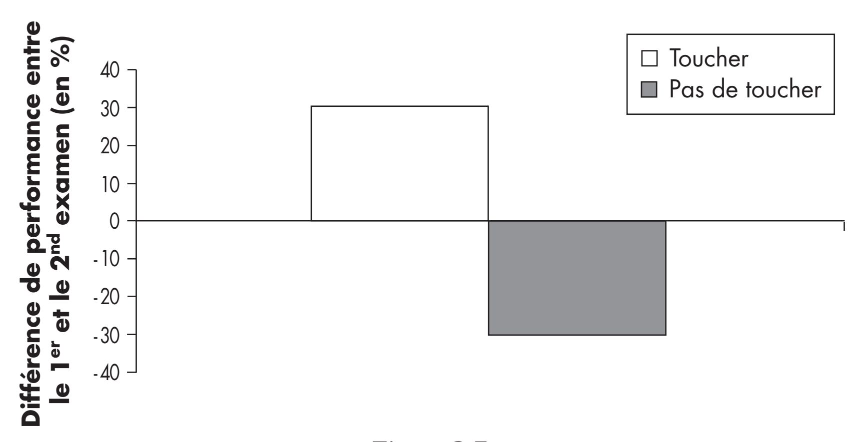


Figure 3.7
Différence de performance entre le premier et le second examen selon les conditions expérimentales

Comme on peut le voir, le toucher a conduit les étudiants à améliorer leurs performances lors du second examen tandis que, de manière générale, les performances ont diminué en condition contrôle. Pourtant les conseils prodigués dans les deux cas étaient les mêmes mais il semble qu'ils n'ont été suivis que lorsqu'un contact tactile était établi par l'enseignant.

Indépendamment des performances, le toucher a également des effets positifs sur le comportement en cours. Une recherche de Wheldall, Bevan et Shortall (1986) a montré que le toucher conduit des jeunes enfants à plus s'impliquer dans une tâche et à manifester moins de comportements perturbateurs en classe. Dans leur expérience, ces chercheurs demandaient à des enseignants de toucher leurs élèves au moment où ils délivraient des compliments sur leurs résultats ou leurs comportements en classe. En condition contrôle, les expérimentateurs demandaient aux enseignants de dispenser ces encouragements sur le même ton mais sans contact tactile. Des observateurs présents dans la classe mesuraient le nombre de comportements perturbateurs manifestés par les élèves (se lever sans permission, faire tomber ses affaires afin de faire du bruit, pouffer de rire, etc.) et les comportements marquant l'implication des élèves dans leurs tâches scolaires (prendre le matériel adéquat pour une leçon ou un exercice, se concentrer, etc.). Il a été observé, dans deux classes différentes, une réduction de près de 60 % des comportements perturbateurs après toucher comparativement à la moyenne des comportements précédant l'adoption de cette forme d'encouragement non verbal. Dans le même temps, on observait une augmentation de plus de 20 % du nombre de comportements marquant l'implication des élèves dans leurs tâches scolaires (se concentrer, vérifier un mot dans un dictionnaire, regarder des exercices antérieurs). Ces résultats confirment ceux obtenus par Kazdin et Klock (1973) et s'observent même auprès d'enfants particulièrement difficiles (Clements et Tracy, 1977). Ils s'observent également auprès de personnes âgées dans le cadre d'ateliers de travaux manuels qui leur sont proposés. Ainsi, Howard (1988) a demandé à des formateurs de travaux manuels de toucher certaines personnes à l'épaule lors des phases de travail qui duraient entre 20 et 40 minutes. Ici, le toucher avait lieu plusieurs fois durant cette phase. À l'issue de cette phase de travail, on demandait alors aux sujets d'évaluer l'animateur, la tâche et la motivation que chaque sujet avait à travailler sur le projet et pour l'animateur. Les résultats montreront que, de manière générale, les attitudes à l'égard de la tâche ont été plus positives en condition de toucher (75.0 % très positives et positives) que de non-toucher (21.4 % très positives et positives). Une plus forte motivation à travailler avec l'animateur est également obtenue à 57.1 % en condition de toucher contre 15.4 % en condition de non-toucher. Enfin, en ce qui concerne l'évaluation du formateur, la catégorie la plus élogieuse pour estimer le caractère amical et aidant de l'animateur est utilisée dans 70 % des cas en condition de toucher contre 30 % des cas en condition de non-toucher.

Les résultats des expériences que nous venons de présenter proviennent essentiellement de travaux conduits dans des pays anglo-saxons à culture généralement qualifiée de « faibles contacts » (principalement Grande-Bretagne et États-Unis). Nous avons pu montrer, à différentes reprises dans cette partie consacrée au toucher que, en France, culture qualifiée de « contacts », des effets positifs étaient observés sur la soumission à des requêtes implicites ou explicites. Des travaux expérimentaux ont également été menés dans le domaine pédagogique. Guéguen (sous presse *a*) a mené une expérimentation avec des étudiants en premier cycle de sciences sociales lors de cours de statistiques. Un enseignant venait contrôler, dans le cadre de sa pratique de travaux dirigés, la réalisation d'exercices. Il aidait l'étudiant et l'encourageait à continuer de la manière suivante : « Vous avez bien commencé. C'est bien ! Continuez ainsi. » Si l'exercice était achevé et que la solution était comprise, l'enseignant disait : « C'est bien. Vous avez tout compris. » S'il y avait une erreur, l'enseignant prodiguait tout de même des encouragements après avoir aidé l'étudiant à revenir sur la bonne solution. Dans tous les cas, en quittant l'étudiant, l'enseignant rajoutait : « C'est bien. Bon travail. » À ce moment, de manière aléatoire, l'enseignant touchait ou ne touchait pas le bras de l'étudiant pendant une seconde. Il s'en allait alors et procédait de même avec un autre étudiant. Durant chacune de ces phases, quatre étudiants étaient testés de cette manière. Une fois la visite du quatrième étudiant-cible achevée, l'enseignant disait alors à la cantonade : « Nous allons donc corriger l'exercice. Quelqu'un accepterait-il de venir corriger l'exercice au tableau ? » Comme généralement plusieurs bras se levaient, l'enseignant notait alors si les quatre étudiants-cibles étaient ou n'étaient pas parmi les volontaires. Les résultats qui ont été obtenus sont présentés dans la figure 3.8 ci-dessous.

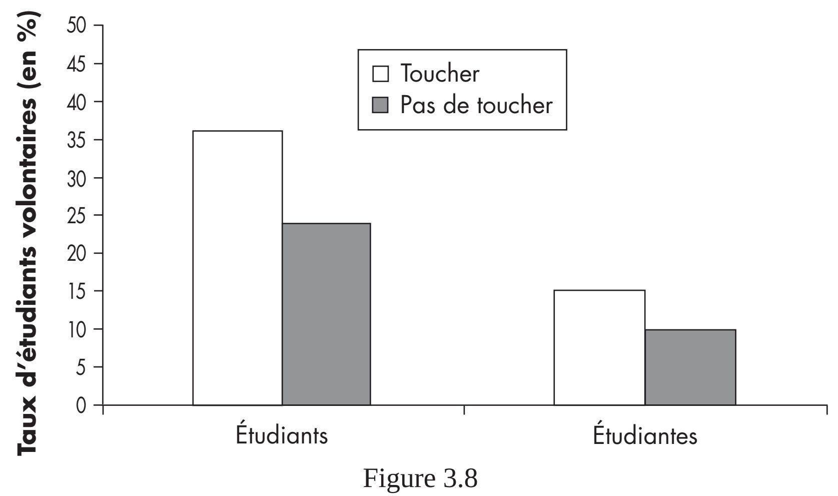


Figure 3.8

Taux d'étudiants et d'étudiantes volontaires pour la correction des exercices selon la condition de toucher ou de non toucher

Comme on peut le voir, le toucher a une incidence positive sur le volontariat des étudiants, et même si l'on observe que, de manière générale, les garçons se montrent plus volontaires que les filles, il n'y a pas de différence de réaction au toucher entre les uns et les autres. Ces résultats, d'une manière générale, confirment des travaux récents alliant communication non verbale et relation pédagogique. Albers (2001) a montré qu'un composite de comportements non verbaux destinés à encourager des apprenants (sourire, contact visuel direct, etc.) favorisait la participation de membres de groupes de discussion dans le cadre d'une formation professionnelle pour adultes. De la même manière, Christophel (1990) avait montré que ces mêmes comportements non verbaux composites augmentaient la motivation et l'apprentissage d'étudiants. Ces résultats ont été répliqués, ce qui tend à prouver la robustesse de ces facteurs d'encouragement non verbaux (Allen et Shaw, 1990 ; Jaasma et Koper, 1999) et, de surcroît, ils l'ont été dans différentes cultures (McCroskey, Sallinen, Fayer, Richmond et Barraclough, 1996). Toutefois, ces travaux ont utilisé plusieurs types d'encouragements non verbaux et, dans ces recherches, le toucher était rarement intégré comme variable indépendante. Lorsque c'était le cas, le contact tactile accompagnait d'autres facteurs d'encouragement non verbaux comme le sourire (Burgoon, 1991). Aussi, la recherche sur le volontariat des étudiants à venir corriger un exercice que nous avons présentée ci-dessus semble montrer que le toucher seul suffit à affecter positivement le comportement d'un élève en classe. On mesure donc toute l'ampleur de son influence dont on a pu apprécier l'effet dans les multiples registres comportementaux où le contact tactile a été testé. De manière pratique, on mesure également l'impact de cette forme d'encouragement dans le cadre d'une relation pédagogique.

2.1.5 Toucher et comportement dans une situation de médiation

Un autre aspect de l'influence du toucher ayant été récemment étudié est l'impact de ce comportement tactile dans une situation de médiation.

La médiation se définit généralement comme l'intervention d'un tiers dans le champ d'une négociation, tiers qui s'efforce d'aider ou d'influencer des parties en conflit à s'accorder ou à adopter une solution commune (Zartman et Touval, 1985 ; Pruitt et Rubin, 1986). Bien entendu, dans cette perspective, le statut du médiateur intervient et des recherches expérimentales ont montré qu'un médiateur de haut statut accroît son pouvoir d'influence sur les parties (Idaszak et Carnevale, 1989 ; Harris et Carnevale, 1990 ; McGillicuddy, Welton et Pruitt, 1989).

Dans le cadre de la négociation et de la médiation, les effets d'influence de la communication non verbale ont été invoqués par les chercheurs (Podell et

Knapp, 1969, Meeker et Shure, 1969 ; Fischer-Lokou et Guéguen, 1997). Toutefois, deux éléments particulièrement paradoxaux sont à noter. Le premier est relatif au fait que la communication non verbale, bien que supposée très influente dans la négociation (Rubin et Brown, 1975), a fait l'objet de peu d'expérimentations en situation de médiation. Le second paradoxe apparaît lorsque l'on constate que, de toutes les sources de communication non verbale, celle qui est considérée comme la source d'influence la plus puissante, en l'occurrence le toucher, n'a encore jamais été étudiée dans le champ de la médiation, ni même, tout simplement, sur la négociation. Or, les travaux sur l'effet du toucher évoqués précédemment laissent supposer que celui-ci pourrait également jouer un rôle important comme facteur de décision dans la résolution de conflit.

Aussi, Fischer-Lokou et Guéguen (2000) ont évalué l'effet du toucher exercé par un tiers dans le cadre d'une situation de négociation. L'objectif de la recherche était de conduire des sujets (ici des étudiants) à simuler, par groupes de deux, une situation de négociation dans laquelle intervenait un médiateur qui proposait une solution aux deux parties en conflit. Ce conflit était suscité par les positions des deux sujets mis en situation de négociation. Un dossier était distribué à chaque sujet. Ce dossier valorisait, pour une entreprise de conditionnement d'eau à laquelle les étudiants étaient censés appartenir, soit l'utilisation du matériel PVC, peu coûteux mais dont la combustion était très polluante, soit le PET moins polluant mais plus coûteux. La moitié des dossiers distribués présentaient des arguments en faveur du PVC, tandis que l'autre moitié présentait des arguments en faveur du PET. Les sujets recevaient la mission de défendre la position de leur dossier comme choix stratégique pour l'entreprise fictive de conditionnement d'eau à laquelle ils appartenaient. Les sujets devaient défendre leurs arguments et il était convenu qu'ils devaient tout faire pour parvenir à un accord. On les informait qu'un tiers viendrait proposer quelque chose au bout de 10-15 minutes de discussion. Celui-ci proposait en effet une solution alternative (une troisième solution technique pour le conditionnement d'eau) qui combinait les avantages de l'une et l'autre solution que défendait chacun des protagonistes. Ce médiateur devait présenter sa proposition et l'argumentation en sa faveur et, au cours de cette interaction, toucher une à deux secondes, sur le bras ou l'épaule, les négociateurs auxquels il adressait cette proposition. En condition contrôle, le médiateur dispensait la même proposition sans contact tactile. Puis le médiateur s'en allait et dix minutes supplémentaires étaient laissées aux sujets pour négocier. Au terme de ce délai, on mesurait alors si la proposition du médiateur avait été retenue. Les taux d'accords en faveur de la proposition du médiateur selon les deux conditions expérimentales sont présentés dans la figure 3.9 ci-après.



Figure 3.9
Taux de sujets ayant adopté la proposition du médiateur selon que celui-ci les ait touchés ou pas

Comme on peut le voir, les sujets qui ont été touchés sont plus nombreux à parvenir à un accord (ici adopter la proposition du médiateur) que ceux qui ne l'ont pas été. Il semble donc que le pouvoir d'influence du médiateur est renforcé lorsque son argumentation s'accompagne d'un contact tactile. Il s'agit donc là d'un nouveau contexte d'influence du contact tactile qui, comme nous l'avons dit, peut s'avérer très prometteur en termes de recherche.

■ *Le toucher, un puissant facteur d'influence*

L'ensemble des travaux que nous venons de présenter atteste de la puissance d'influence du toucher. D'une part, cette puissance est imputable à la force moyenne de l'effet qui est de 20 % (le toucher accroît la soumission absolue de 20 % en moyenne) et est donc supérieur à ce que nous avions obtenu pour le Pied-dans-la-Porte ou la Porte-dans-le-Nez par exemple. D'autre part, cette puissance se caractérise aussi par l'étendue des comportements qui sont influencés par le contact tactile (aide à autrui, comportement en classe, comportement du consommateur, etc.). De plus, cet effet est d'autant plus puissant que l'on sait que peu de sujets sont conscients de ce contact. À notre connaissance, seule l'expérience de Fisher, Rytting et Heslin (1976) a introduit, dans son modèle d'analyse statistique, cette conscience/non-conscience du contact tactile. Ils observeront que 57 % des sujets (ici des étudiants empruntant des ouvrages) ont été conscients du contact tactile effectué par l'expérimentateur (un employé de bibliothèque rendant la carte de prêt). Toutefois, ces auteurs n'ont observé aucun effet de cette variable ni aucun effet d'interaction impliquant cette dernière. Néanmoins, cette recherche portait uniquement sur des mesures de perception d'un environnement

(bibliothèque) ou d'une personne (un employé du bureau de prêt) et ne prenait pas en compte l'effet du toucher sur l'acceptation d'une requête. Silverthorne, Norren et Rota (1972) ont également procédé à une mesure de cette conscience du contact tactile et montré que 12 % des sujets étaient conscients que l'expérimentateur les avait touché à l'épaule pendant qu'ils accomplissaient une tâche. Toutefois, dans cette expérience, le contact durait trois secondes contre une seconde chez Fisher, Rytting et Heslin (1976), tandis que la variable dépendante mesurait la perception du caractère esthétique d'une forme. À notre connaissance, il n'existe pas de recherche sur l'effet de cette conscience du toucher sur la soumission à une requête. Patterson, Powell et Lenihan (1986) ont montré que lorsqu'un sujet était touché pendant une seconde sur l'épaule par un expérimentateur qui lui demandait de l'aider à évaluer des résultats de questionnaires, seuls 3 % d'entre eux se souvenaient de ce contact. Toutefois, en raison du faible nombre de sujets que ces 3 % représentaient (deux sujets en tout), il n'a pas été possible de faire de différenciation de groupes et donc d'apprécier l'effet de cette conscience. À ce stade, on ne sait donc pas si la conscience versus non-conscience du toucher a un impact sur le comportement de soumission du sujet.

Aussi une recherche plus exhaustive a été conduite récemment. Guéguen (sous presse *c*) a demandé à des jeunes femmes compères de solliciter des femmes dans la rue afin de répondre à un questionnaire d'évaluation portant sur un bracelet qu'on leur présentait. Ici, en formulant sa requête, le compère touchait ou ne touchait pas le sujet. Dès que le sujet avait fini de répondre, le compère reprenait l'objet et remerciait alors le sujet d'avoir répondu et il lui demandait de répondre à une dernière question n'ayant rien à voir avec le thème du questionnaire. La question était la suivante : « Lorsque je vous ai abordé pour vous demander de répondre au questionnaire, je vous ai touché l'avant-bras une à deux secondes. L'avez-vous remarqué ? ». Cette question était également posée aux sujets de la condition contrôle. Le compère notait alors la réponse du sujet. Parmi les personnes qui refusaient de répondre au questionnaire en condition de toucher, le compère insistait pour que la personne accepte de répondre à une seule question ayant trait à son comportement. La question était alors posée de la même manière que précédemment. En condition de toucher, on observera que 67 % des personnes ont consenti à répondre au questionnaire contre 43 % en condition de non-toucher ce qui confirme, encore une fois, l'effet positif du toucher sur l'acceptation d'une requête. Parmi les cent cinquante-cinq personnes en condition de toucher, on observe que 28 % déclarent se souvenir d'un tel contact. Un tel taux a donc permis de décomposer les taux d'acceptation de la requête afin de pouvoir faire des comparaisons entre les individus conscients et les individus non conscients du contact tactile. Ces différents taux sont présentés dans le tableau 3.19 ci-après.

	Acceptation de la requête	
	Oui	**Non**
Conscience du contact tactile		
Groupe contrôle (pas de toucher N = 72)		
Oui (N = 0)	0.0 %	0.0 %
Non (N = 72)	43.1 %	56.9 %
Groupe expérimental (toucher N = 155)		
Oui (N = 43)	60.4 %	39.6 %
Non (N = 112)	69.9 %	30.1 %

Tableau 3.19
Taux d'acceptation de la requête selon la perception du toucher (entre parenthèses N = nombre de sujets dans la condition)

Malgré les petites différences apparentes, on n'observe pas d'effet statistique sur le taux de soumission selon la conscience/non-conscience du contact tactile. Le fait d'être conscient du contact tactile initial n'affecte pas le taux d'acceptation de la requête du sujet comparativement à une situation de non-conscience. Cela confère donc encore plus de mystère à l'effet du toucher. Pourtant, le psychologue social sait parfaitement que cet aspect a peu d'importance puisque l'on sait aujourd'hui que, en matière de soumission, les sujets sont souvent dans l'incapacité d'expliquer pourquoi ils ont produit tel ou tel comportement. L'absence d'effet du toucher selon le niveau de conscience de ce contact ne nous étonne donc pas.

2.1.6 Les mécanismes explicatifs à l'effet du toucher

Si, comme nous l'avons vu précédemment, les recherches sont suffisamment nombreuses, aujourd'hui, pour attester de l'effet d'influence du toucher sur la soumission à des requêtes, on ne dispose pas d'une théorie, empiriquement étayée, pour rendre compte de son efficacité. Des tentatives d'explication des effets du toucher existent pourtant dans la littérature mais la plupart n'ont jamais fait l'objet d'évaluations empiriques ou expérimentales. Il convient également de noter qu'il est difficilement envisageable de penser que les multiples effets du toucher observés tant sur des demandes implicites qu'explicites, de nature pro-sociale ou servant des intérêts privés, puissent être imputables à un seul facteur. L'apparition, ces dix dernières années, de synthèses de type méta-analytiques montre bien que cette hypothèse monofactorielle d'un phénomène n'est jamais observée. Les travaux de synthèse

récents de Burger (1999) sur le Pied-dans-la-Porte illustrent parfaitement cette conception selon laquelle plusieurs processus peuvent participer à l'efficacité d'une technique d'influence. On peut donc estimer qu'il en va de même du toucher.

■ *Toucher et perception positive du toucheur*

On doit à Silverthorne, Noreen, Hunt et Rota (1972) d'avoir, les premiers, mis en évidence que l'évaluation de stimuli pouvait être affectée par le toucher. Ces chercheurs ont en effet montré que des sujets jugeaient des formes géométriques comme plus esthétiques si, avant d'être exposés à ces stimuli, ils étaient touchés à l'épaule par l'expérimentateur. Si la recherche de Silverthorne *et al.* (*op. cit.*) constitue bien, historiquement, la première recherche expérimentale sur l'effet d'influence du toucher sur le jugement, celle de Fisher, Rytting et Heslin (1976) est bien la première à avoir testé l'influence du toucher sur la perception du toucheur et sur son effet sur le jugement de variables internes et externes mesurées auprès de la personne touchée. Dans le contexte d'une salle de bibliothèque, ces trois chercheurs ont demandé à la personne en charge du prêt (selon le cas un homme ou une femme), de toucher ou de ne pas toucher la main d'un étudiant au moment où sa carte de prêt lui était rendue. Par la suite, l'étudiant était abordé par l'expérimentateur qui lui demandait alors s'il accepterait de répondre à un questionnaire d'évaluation portant sur la bibliothèque et le personnel y travaillant à des fins d'amélioration de l'accueil. L'évaluation se faisait au moyen de quatre échelles d'adjectifs bipolaires permettant de mesurer leur perception du personnel (amical/pas amical, serviable/pas serviable, etc.) et de la bibliothèque (confortable/pas confortable, bien/pas bien, etc.). Également, une mesure de l'humeur du sujet était contenue dans le questionnaire (heureux/triste, négative/positive, etc.). Les résultats montrent que lorsque les étudiants sont touchés, ils perçoivent plus positivement le personnel tandis que la bibliothèque est également jugée plus positivement.

Cet effet positif sur l'évaluation des personnes et des lieux lié au toucher – le premier apparu dans la littérature – a été obtenu de nombreuses fois (Burgoon et Koper, 1984 ; Burgoon, Walther et Baesler, 1992). Récemment, Barnhouse (1998) a montré que lorsqu'un étudiant de première année de psychologie est touché par un autre étudiant de deuxième cycle dans le cadre d'un tutorat d'aide pédagogique, l'évaluation personnologique de ce dernier, faite à l'issue de la première session de travail, est plus positive que dans la condition où aucun contact tactile n'a lieu. Cette évaluation positive s'observe aussi bien pour les hommes que pour les femmes. Lorsque l'évaluation se fait dans un contexte commercial, on observe les mêmes effets. Hornik (1992*a*) a montré que lorsqu'un client entrant dans un grand magasin est touché sur le bras par un employé qui lui remet une brochure présentant les bonnes affaires du moment, le score moyen

d'évaluation du magasin – mesuré à l'aide d'une échelle allant de 1 (mentionné « désagréable ») à 5 (mentionné « agréable ») – est supérieur en condition de toucher (M = 3.2) qu'en l'absence d'un tel contact (M = 2.1). Dans une autre recherche, Hornik (1992*b*) montrera que le toucher d'un client par un serveur ou une serveuse au moment où l'addition est remise, conduit le client à juger plus positivement les qualités professionnelles du serveur – échelle à 9 pas allant de + 4 mentionné « bon service » à – 4 mentionné « mauvais service » – qu'en l'absence d'un tel contact (M = 3.16 en « toucher » contre M = 2.24 en l'absence de contact tactile). En outre, ce chercheur observera également que le toucher conduit à percevoir plus positivement la qualité du restaurant (même échelle avec borne + 4 mentionnée « qualité supérieure » à – 4 mentionnée « qualité inférieure ») : M = 2.77 en condition « toucher » contre M = 2.18 en condition « contrôle ». Dans cette dernière recherche, l'évaluation était effectuée 10 à 15 minutes après le contact tactile mais on a montré la même efficacité sur l'évaluation après plusieurs heures. Ainsi, Wycoff et Holley (1990) ont observé que des passagers touchés par le personnel de vol quelques minutes après le départ, manifestaient, comparativement aux passagers non touchés, une impression plus positive des qualités professionnelles du personnel navigant et cela à long terme puisque cette différence d'évaluation intervenait plusieurs heures après que le contact tactile ait eu lieu. En situation de négociation, le même effet est obtenu comme le confirme une recherche expérimentale que nous avons présentée ci-dessus (Fischer-Lokou et Guéguen, 2000) où le toucher d'un médiateur était exercé auprès de deux sujets en situation de conflit (voir paragraphe 2.1.5, « Toucher et comportement dans une situation de médiation »). Ce médiateur proposait une solution alternative à des positions inconciliables défendues par deux personnes placées en situation de négociation. Selon le cas, en proposant une nouvelle solution, le médiateur touchait ou ne touchait pas les deux négociateurs. On observera que, à l'issue de la négociation, les sujets touchés attribueront plus de traits positifs au médiateur les ayant touchés que dans le cas où ce contact n'avait pas eu lieu. Nous rappellerons que, dans le même temps, la proposition faite par le médiateur a été plus suivie en condition de toucher qu'en condition contrôle.

En dehors de ces contacts entre personnes étrangères, les recherches montrent également un effet positif du toucher sur l'évaluation que l'on fait d'une personne avec laquelle nous sommes amenés à partager une forte intimité ou à avoir un contact plus prolongé. Dans le cadre pourtant très intime de la relation avec un psychothérapeute, Alagna, Whitcher, Fisher et Wicas (1979) ont montré que lorsque celui-ci touchait, à plusieurs reprises, son patient lors de la première entrevue, cela conduisait à améliorer la perception que le patient se faisait de cette première séance. Cette perception était mesurée à l'aide de douze échelles d'adjectifs bipolaires (bonne/mauvaise, utile/pas utile, etc.) et aboutissait à un score dont la valeur positive maximale était de 82. On observe que l'impression des patients est plus positive en

condition de contact tactile (M = 68.9) qu'en condition contrôle (M = 63.1). Cet effet positif s'observe aussi bien auprès de patientes que de patients et se manifeste de la même manière selon que le thérapeute soit un homme ou une femme. Ces effets positifs du toucher dans le cadre du conseil psychologique ont été retrouvés à différentes reprises (Durana, 1998) et se manifestent même lors d'une première séance de courte durée (Stockwell et Dye, 1980). Hubble, Noble et Robinson (1981) montreront même un effet positif du toucher sur le jugement d'expertise avec sensiblement la même procédure que Alagna *et al.* (*op. cit.*) : les patients, à l'issue d'une entrevue ayant duré 45 minutes, jugent en effet le psychologue plus expert s'ils ont été touchés par ce dernier qu'en l'absence de ce contact. Un tel effet sur l'expertise a également été mis en évidence par Hornik (1987) dans un autre contexte. Celui-ci montre en effet qu'un enquêteur qui touche la personne qu'il sollicite est, par la suite, jugé comme procédant de manière plus professionnelle qu'en l'absence de ce contact.

Il semble donc établi qu'un bref contact tactile conduit le sujet touché à une évaluation plus positive du « toucheur ». Il reste qu'il convient d'établir le lien entre perception positive du solliciteur et soumission à une requête. Or, là encore, de nombreuses preuves expérimentales existent. Ainsi, Baron (1971) a montré que des sujets se soumettaient plus aux requêtes de personnes appréciées que non appréciées. Ces résultats ont été confirmés par Regan (1971), lequel avait induit une perception positive en demandant à un compère d'offrir une boisson à un sujet. Takemura (1993) montrera même une liaison linéaire entre l'appréciation et l'aide. Cet effet s'observe également lorsqu'une relation d'autorité existe entre le sujet et le solliciteur et lorsque la requête est coûteuse. Gross, Wallston et Piliavin (1975) demandaient à une expérimentatrice d'accueillir un sujet (un étudiant) qui venait participer à une recherche, soit de manière positive en lui disant qu'il était à l'heure et qu'elle appréciait cela, soit de manière négative en manifestant de l'irritation pour un supposé retard dont elle constatait immédiatement après qu'il n'en était rien et pour lequel elle ne s'excusait pas. Puis elle remettait un questionnaire au sujet afin que celui-ci le remplisse immédiatement. L'expérimentatrice continuait à se montrer plaisante ou déplaisante dans ses injonctions envers le sujet. Après que le sujet ait rempli son questionnaire, il était pris en charge dans une autre pièce par un second expérimentateur qui lui faisait accomplir une seconde tâche consistant également à remplir un questionnaire. Après que le sujet ait achevé ce questionnaire, le second expérimentateur prétendant s'adresser au nom de l'expérimentatrice lui demandait s'il accepterait de participer à une autre expérience conduite par celle-ci. En condition de coût élevé, on disait au sujet qu'il lui faudrait venir le matin pour remplir un questionnaire tandis qu'en condition de faible coût, on lui disait qu'il pourrait le faire chez lui et le renvoyer par enveloppe timbrée prévue à cet effet. Les résultats qui ont été obtenus sont présentés dans la figure 3.10 ci-après.

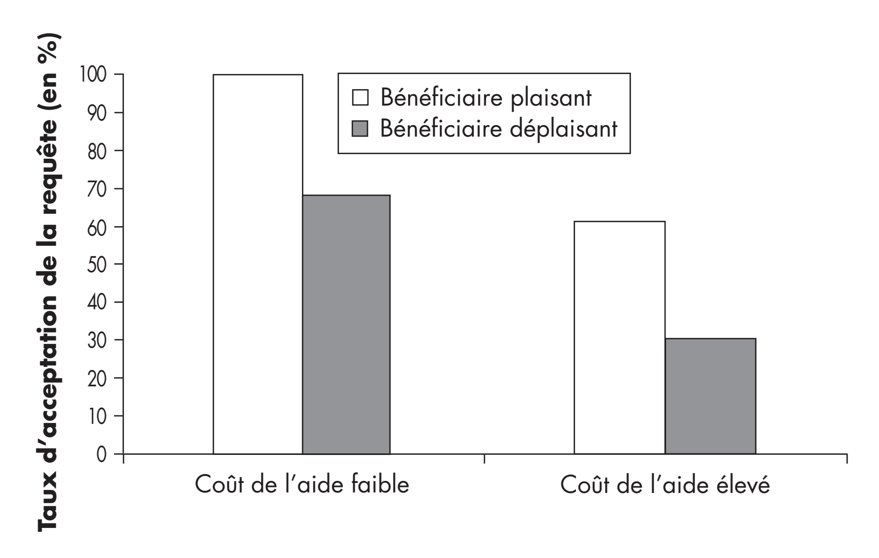


Figure 3.10

Taux de sujets ayant accepté de participer à l'expérience selon le comportement antérieur du bénéficiaire de la requête et du coût de la participation

Dans cette recherche, nous n'avons pas mentionné que le degré d'appréciation de l'expérimentatrice avait fait l'objet d'une évaluation par le second expérimentateur et a bien confirmé une appréciation positive avec le premier type d'accueil et une appréciation négative dans le cas du second. On voit, manifestement, que ce facteur a une influence considérable sur l'aide ultérieure que l'on accorde à la personne.

Il est donc possible que le comportement tactile du solliciteur conduit à activer une impression plus positive de celui-ci, ce qui, du coup, prédispose le sujet à accéder plus favorablement à sa requête. Cette explication n'est pour l'heure qu'une hypothèse car on ne dispose pas d'éléments empiriques et, surtout, d'expériences qui permettent de le valider. À cet égard, on peut regretter que des tests de corrélation n'aient pas été réalisés dans les recherches où la soumission à une requête était mesurée et où, conjointement, des évaluations du « toucheur » étaient faites (Hornik, 1987, 1992*a*, 1992*b*). Si un tel lien (positif) était établi, il permettrait, assurément, de rendre cette hypothèse de l'induction d'une perception positive du « toucheur » plus admissible pour expliquer l'effet d'influence du toucher.

■ *Le toucher comme activateur d'une humeur positive*

Plusieurs recherches ayant porté sur le toucher ont invoqué l'induction d'une humeur positive comme explication possible à l'effet d'un contact tactile sur la soumission à une requête (Hornik, 1992*a* ; Howard, 1988 ; Nannberg et Hansen, 1994). De plus, on a pu montrer que le toucher induit bien une humeur positive. Nous pouvons, à cet égard, rappeler l'expérience conduite

par Fisher, Rytting et Heslin (1976) et décrite en détail ci-dessus. Ces chercheurs ont observé que le toucher d'un employé de bibliothèque lors de la remise d'une carte à un étudiant induisait une évaluation plus positive de son humeur. Cela a également été confirmé par Howard (1988) dans une situation où des personnes âgées accomplissant une tâche de travaux manuels étaient touchées par un éducateur. De fait, on pourrait penser que l'induction d'un tel état par le toucher prédispose le sujet à accéder à la requête du solliciteur mais également à apporter spontanément son aide à autrui et, pourquoi pas, comme nous l'avons vu, à consommer plus dans un magasin ou dans un bar.

On dispose aujourd'hui, dans la littérature, de multiples recherches qui mettent en évidence qu'une humeur positive induite chez un sujet conduit, comparativement à une humeur neutre, à augmenter l'aide que celui-ci est susceptible d'accorder à autrui (Bizman, Yinin, Ronco et Schachar, 1980 ; Forgas, 1998 ; 1997 ; Harris et Smith, 1975 ; Job, 1987 ; Levin et Isen, 1975 ; Rind, 1997 ; Weyant, 1978). Cette activation d'une humeur positive peut se faire de multiples manières et nécessite, souvent, peu de choses. La réussite ou l'échec faussement attribué lors d'une tâche induit une humeur positive/négative qui conduit à affecter les intentions d'aide de manière congruente avec l'humeur (Clark et Waddell, 1986). Le fait de trouver une pièce de monnaie dans une cabine téléphonique ou par terre peut suffire à induire une humeur positive qui, en retour, facilite l'aide (Batson, Coke, Chard, Smith et Talaferro, 1979 ; Blevins et Murphy, 1974 ; Isen et Levin, 1972 ; Isen et Simmonds, 1978 ; Levin et Isen, 1975). Se faire offrir un bonbon ou un cookie par quelqu'un active une humeur positive (Harris et Smith, 1975 ; Isen et Levin, 1972). Des facteurs environnementaux conduisent également à produire ces effets. On a ainsi mis en évidence qu'une journée ensoleillée favorisait, de manière positive, les taux de pourboires consentis par les clients à des serveurs ou des serveuses de bars et de restaurants (Cunningham, 1979). Une recherche de Rind (1996) a même montré qu'une simple information sur le temps fournie par le serveur à des clients d'hôtel n'ayant pas encore pu voir le ciel de leur chambre suffisait à faire varier le taux de pourboires selon qu'il était dit qu'il faisait beau ou qu'il pleuvait. Enfin, une bonne odeur de chocolat ou de viennoiserie dans une galerie commerciale conduit les passants à faire plus facilement la monnaie à un compère qu'en l'absence de présence de ces odeurs dans l'environnement (Baron, 1997). Une musique agréable produit également des effets positifs sur l'aide (Galizio et Hendricks, 1972). Une autre façon de procéder pour induire une humeur positive chez une personne consiste à l'exposer à des images ou des textes agréables (Forgas, 1998, 1997). Dans cette perspective, on a pu montrer qu'un dessin humoristique conduisait à activer une humeur positive et, par contre-coup, l'aide à autrui. Un dessin de visage souriant (un *smiley* : ☺) en bas d'une note de restaurant augmente le taux de pourboires accordé à une serveuse (Rind et Bordia, 1996) ou affecte le taux de

conducteurs qui s'arrêtent pour prendre un auto-stoppeur si celui-ci arbore, sur sa pancarte de destination, le même dessin (Guéguen, 2001*b*). Il en va de même avec le dessin d'un soleil qui augmente le taux de pourboires laissés à des serveurs ou serveuses ainsi que le montant moyen des pourboires consentis (Guéguen et LeGohérel, 2000). Une carte sur laquelle est écrite une histoire drôle produit les mêmes effets positifs (Guéguen, sous presse *f*).

L'ensemble de ces recherches concourt à montrer qu'un affect positif déclenché par un stimulus quelconque suffit pour augmenter la soumission. Pour autant, cet effet d'activation d'une humeur positive induit par un contact tactile qui conduirait, en retour, à affecter la soumission ultérieure à une requête n'est pas directement établi dans le cas du toucher. Toutefois, quelques recherches donnent à penser qu'un tel processus d'activation peut être impliqué dans l'effet du toucher. Goldman, Kiyohara et Pfannensteil (1985) sont parvenus à obtenir un effet positif du toucher alors même que le « toucheur » n'était pas le demandeur de la requête. En effet, dans leur expérience, un premier expérimentateur réclamait à un étudiant s'apprêtant à rentrer dans une librairie universitaire la direction de l'immeuble d'un département. Selon le cas, en remerciant le sujet, l'expérimentateur le touchait ou ne le touchait pas. Puis, quelques minutes après, un second compère abordait le sujet en lui demandant de donner un peu de son temps pour un téléthon. En l'absence de toucher, 5 % des sujets consentent à la requête contre 40 % en condition de contact tactile. Ici, de fait, l'effet du toucher ne pouvait pas être induit par une perception plus positive du « toucheur » puisque le solliciteur de la requête n'était justement pas celui qui avait produit le contact tactile. Il est ainsi possible que le toucher ait activé un affect positif qui, en retour, aurait facilité l'aide ultérieure. Comme on sait qu'un tel affect influence positivement l'aide à autrui, on peut penser que cet état interne, activé par le toucher, peut médiatiser le comportement du sujet.

■ *Toucher et renforcement de la perception du besoin du demandeur*

Dans la plupart des recherches étudiant toucher et soumission, un sujet était abordé par une personne qui lui était étrangère et qui sollicitait son aide. Il est donc possible que le toucher ait accentué la perception du besoin d'aide chez le demandeur ce qui aurait conduit à augmenter la probabilité d'acceptation de la requête. De nombreuses recherches sur l'altruisme et le comportement d'aide à autrui ont montré que le renforcement du besoin d'aide apparent du solliciteur facilitait la soumission à sa requête, qu'elle soit explicite ou implicite (Bickman et Kamzan, 1973 ; Harrel et Goltz, 1980 ; Mason et Allen, 1973 ; Taylor, Messick, Lehman et Hirsch, 1982). Dans ces recherches, légitimité de l'aide, urgence à aider, non-possibilité de s'adresser à autrui, etc., sont autant de facteurs qui renforcent cette perception du besoin du demandeur et tout concourt à montrer que ce processus de perception du besoin a bien lieu. Une recherche expérimentale (Guéguen, sous presse *b*) a récemment confirmé que lorsque l'on manipule la nature de ce besoin par le

type de toucher utilisé, on obtient une différence de réaction au toucher. Dans cette expérience, des jeunes femmes compères sollicitaient des personnes dans la rue afin qu'elles leur donnent de la monnaie prétendument parce qu'elles n'avaient pas assez pour mettre dans un parcmètre et qu'elles devaient se rendre à un rendez-vous important. En condition de toucher, le compère touchait le sujet une à deux secondes avant de formuler sa requête. Toutefois, ici, deux types de contacts tactiles étaient utilisés. Dans tous les cas, le compère se tenait sur le côté du sujet légèrement en arrière (20 centimètres). En condition de toucher « d'interpellation », le compère tapotait deux fois l'épaule du sujet tout en formulant sa requête. En condition de toucher « besoin », le sujet prenait le bras du sujet dans sa main pendant une à deux secondes. En condition contrôle, le sujet se plaçait de la même manière que précédemment par rapport au sujet mais aucun contact tactile n'avait lieu. Les résultats qui ont été obtenus dans ces trois conditions sont présentés dans la figure 3.11 ci-dessous.



Figure 3.11

Taux d'acceptation de la requête du solliciteur selon le type de toucher utilisé et l'absence de contact tactile

Ici encore, les résultats montrent que le toucher, de manière générale, s'avère efficace pour augmenter l'acceptation d'une requête. On observe également un effet du type de toucher puisque le toucher « besoin » permet d'obtenir plus d'aide de la part des sujets. Il est possible que ce type de toucher ait accentué la perception du besoin d'aide chez le demandeur, ce qui, du coup, a entraîné une plus forte probabilité d'acceptation de la requête. Les recherches sur l'aide à autrui ont montré que cette perception du besoin facilite la soumission à une requête ou une aide spontanée à autrui (Bickman et Kamzan, 1973 ; Harrel et Goltz, 1980 ; Mason et Allen, 1973).

Pour Weiner (1980), le processus par lequel un individu apporte son aide à autrui est purement attributionnel et est fondé sur la perception du besoin d'aide de ce dernier. Il est donc vraisemblable que le toucher « besoin » ait assuré cette inférence.

Cet effet positif du renforcement du besoin apparaît comme une explication théorique intéressante, mais, comme les précédentes, elle ne peut tout expliquer. On voit mal en effet pourquoi on obtient un effet du toucher alors que celui qui a touché le sujet n'est pas celui qui sollicite le sujet (Goldman, Kiyohara et Pfannensteil, 1985). On a également du mal à comprendre pourquoi le toucher fonctionne dans des situations où la requête n'est pas une requête d'aide (sollicitation d'étudiants pour venir au tableau, comportement du consommateur, etc.).

■ *Le toucher : un comportement non verbal renforçant la position statutaire*

Lorsque l'on touche autrui, cela renforcerait notre dominance et notre statut, ce qui, du coup, conduirait à accroître la soumission à nos sollicitations. Cette théorie est la plus récente en matière d'explication ou de tentative d'explication de l'effet du toucher (Guéguen, 2001*a*). Elle stipule que l'efficacité du toucher pourrait provenir d'un effet attributif conduisant le « toucheur » à voir sa position statutaire augmenter lorsqu'il adopte ce comportement. Une fois cette perception activée, cela conduirait à accroître son pouvoir d'influence et donc à augmenter le taux de soumission aux requêtes qu'il soumettrait à sa cible. Bien entendu, on se rend compte que cette théorie ne peut expliquer tous les résultats des expériences précitées. Toutefois, cette hypothèse présente l'avantage d'avoir été testée expérimentalement et d'offrir un pattern de résultats qui va dans le sens de cette hypothèse. On verra que cette hypothèse de la différentiation statutaire a des limites, ce qui laisse à penser que différents facteurs peuvent être activés par le toucher et que ceux-ci sont à tester de manière indépendante puis de manière croisée pour tenter de donner un modèle théorique susceptible d'expliquer cette efficacité du toucher sur la soumission.

■ *Le toucher comme indicateur implicite des différences statutaires*

Les travaux les plus importants qui relient le toucher et le statut sont ceux qui ont étudié le lien entre la différence de statut social et l'initiation du toucher entre personnes (Hall, 1996). On observe en effet, dans des situations de face-à-face, que le toucher est souvent initié par des personnes de haut statut envers des personnes de plus bas statut. Henley (1973) se servira des observations entre dyades de sexes, races, statuts professionnels, âges, etc., opposés pour montrer que le toucher serait plus volontiers initié par les dominants envers les dominés. Elle observera en effet – et d'autres chercheurs après elle (Hall et Veccia, 1990 ; Willis et Dodds, 1998) – que le toucher est plus volontiers initié par les hommes (considérés comme dominants) à l'endroit

des femmes (considérées comme dominées), que les personnes plus âgées (dominants) touchent les plus jeunes (dominés), que les supérieurs hiérarchiques (dominants) initient plus le toucher à l'égard de leurs subordonnées (dominés) que ne le font ces derniers, etc. Le rôle du toucher comme indicateur du statut a été mis en évidence de manière expérimentale par Major et Heslin (1982). Ces chercheurs présentaient à leurs sujets des diapositives mettant en scène une dyade où, selon le cas, on pouvait observer qu'une personne touchait ou ne touchait pas l'autre personne. Comme le prétexte de l'expérience portait sur l'acuité à évaluer les gens, les sujets se voyaient ensuite remettre un questionnaire permettant de rendre compte de l'impression qu'ils s'étaient faite des deux protagonistes de la scène. Ce questionnaire incluait une échelle de mesure du statut. Les résultats montrent que, dans le cas où l'un des protagonistes touche l'autre, et dans ce cas seulement, il y a un déséquilibre dans l'évaluation du statut : le score « statutaire » du « toucheur » apparaît comme plus élevé que celui de la personne touchée. Si aucun contact n'a lieu, les évaluations des deux personnes de la scène sont identiques. On observera également les mêmes différences s'agissant de la mesure du caractère chaleureux des personnes et le degré d'assurance de chacune d'elles : plus de chaleur et d'assurance est attribuée au « toucheur » comparativement au « touché » dans le groupe expérimental alors que les évaluations sont identiques dans le groupe contrôle. Il est à noter que des résultats identiques avaient été obtenus dans une recherche antérieure utilisant un protocole identique avec une mesure de dominance (Summerhayes et Suchner, 1978) : mesure traduisant, selon ces auteurs, le statut des personnes. En outre, leur expérience combinait la manipulation du statut (manipulation exercée par l'apparence vestimentaire) du « toucheur » et de la personne touchée. Les résultats obtenus, outre l'effet de confirmation d'une plus forte dominance attribuée au « toucheur », ont montré que lorsqu'une personne de haut statut touchait une personne de bas statut, une augmentation du score de dominance est observée tandis que, dans le cas inverse, la personne de haut statut (la personne touchée donc) voyait son score de dominance diminuer tandis que celle de bas statut (le « toucheur ») voyait ce score augmenter. Cela confirme bien que, s'agissant des attributions, un lien semble donc s'établir entre statut et toucher. Les mêmes résultats sont obtenus dans le cas d'évaluations liées à l'observation de couples de personnes supposées être mariées. On observe que lorsque la femme touche l'épaule du mari tout en formulant une suggestion, cette dernière est, par la suite, perçue comme dominante tandis que le mari est perçu comme plus passif. À l'inverse, dans les mêmes circonstances, si l'homme touche son épouse, il est perçu, dans le couple, comme plus dominant et elle comme plus passive (Forden, 1981). L'effet ne s'arrête pas qu'aux évaluations et aux attributions personnologiques faites à partir de vidéos ou de photos mais s'observe également dans le cas où les sujets sont la cible même de ce comportement. Storrs et Kleinke (1991) ont ainsi demandé à leurs sujets de produire une

évaluation sur une personne avec laquelle ils interagissaient dans le cadre d'un entretien. Selon le cas, cette personne (en fait un compère de l'expérimentateur) était présentée comme un étudiant de première année (statut équivalent au sujet) ou comme un étudiant de fin de deuxième cycle (statut supérieur). Le compère réalisait une enquête sur les loisirs du sujet et, selon le cas, amorçait l'entretien en touchant ou en ne touchant pas l'épaule du sujet une à deux secondes. À la suite de l'entretien, alors que le compère était parti, on demandait au sujet d'évaluer ce dernier à l'aide d'une liste d'adjectifs. On observe que le toucher, comparativement à la condition contrôle, conduit à une perception plus positive mais uniquement dans le cas où le compère est de haut statut alors que l'évaluation est identique en condition de statut équivalent. En dehors de l'évaluation, les situations d'interaction montrent bien que le comportement tactile est fortement lié à la position que l'on occupe ou que l'on est censé occuper. Leffler, Gillepsie et Conaty (1982) ont en effet mis en évidence que lorsque des sujets en dyades participent à une simulation de situations d'apprentissage où ils doivent jouer le rôle de professeur et d'élève, le nombre de contacts tactiles initiés par ceux incarnant le membre de plus haut statut (le professeur) est bien plus élevé que le nombre de contacts produits par la personne de plus bas statut (celle jouant le rôle de l'élève). De manière générale, ces chercheurs observeront qu'il y a quatre fois plus de contacts tactiles dans le sens professeur/élève que dans le sens élève/professeur. En outre, ce comportement est bien lié à un effet du rôle à tenir puisque lorsque les sujets sont amenés à occuper l'autre rôle après un quart d'heure, on observe bien un renversement dans l'initiation du toucher entre les deux protagonistes. Au-delà de l'initiation du contact tactile, on observe des manifestations non verbales subtiles de la supériorité statuaire. Borden et Homleid (1978) ainsi que Chapell, Beltran, Santanello, Takashami, Bantom, Donbovan, Hernandez, Oculato et Ray (1999) ont observé pas moins de 15 000 couples mixtes se tenant la main dans la rue et constaté que, dans 80 % des cas, c'est la main de l'homme qui enrobe celle de la femme tandis qu'un tel comportement n'est observé que dans 20 % des cas chez les femmes. Or, pour Brown (1965) comme pour Goffman (1971), ce type de placement de la main serait un indicateur des différences de statut. Chapell *et al.* (1999) montreront en outre que, au Japon, où la société est fortement dominée par un système patriarcal et où les femmes sont hautement subordonnées aux hommes (Reischauer et Jansen, 1995), ce taux de placement de la main par-dessus celle de la femme s'observe dans 93.4 % des cas. Lorsque la relation se fait entre personnes étrangères, on observe également que la nature d'un contact tactile des plus communs participe aux inférences personnologiques. Ainsi Aström (1994) et plus récemment Chaplin, Phillips, Brown, Clanton et Stein (2000) ont montré que la façon dont quelqu'un serre la main à autrui conduit ce dernier à diagnostiquer des traits personnologiques fortement liés aux auto-évaluations personnologiques de ce sujet. Ces auteurs ont également observé

que des variables en lien avec la position de dominance sont classiquement associées avec ce comportement et ne sont pas, pour autant, liées à l'importance de la pression exercée par celui qui vous sert la main. Même si, avec ces recherches, on s'écarte du contact tactile classique tel que nous avons pu le voir dans les recherches précédentes, on voit bien, tout de même, que ce contact anodin, répété parfois plusieurs fois par jour tout au long de notre vie, fait l'objet d'un traitement personnologique et d'inférences dispositionnelles qui sont loin d'avoir un caractère purement anecdotique.

Comme nous avons pu le voir, statut et comportement tactile sont profondément liés. Il reste maintenant à établir si la perception statutaire est bien un lien causal entre toucher et soumission à une requête. Nous avons présenté dans le premier chapitre de nombreux travaux qui attestent que le renforcement du statut d'un solliciteur accroît son pouvoir d'influence lors de la sollicitation d'une requête implicite ou explicite. Il reste maintenant à montrer l'impact que peut exercer le toucher lorsque l'on manipule le statut du « toucheur ». En ce domaine, force est de constater qu'il existe peu de recherches ayant testé l'influence directe du statut du toucheur sur la soumission. Toutefois, l'analyse de la littérature permet néanmoins d'évaluer le lien entre statut et toucher dans le cas de la soumission à des requêtes. Certaines recherches, que nous avons présentées en détail ci-dessus, montrent que le toucher produit des effets positifs lorsque, incidemment, le toucheur s'avère être de haut statut. Steward et Lupfer (1987) ont montré qu'un étudiant touché par un enseignant lors d'un entretien faisant suite à une première évaluation sur un cours, consacre plus de temps, par la suite, à l'apprentissage du cours de cet enseignant et voit ses performances moyennes augmenter lors d'une évaluation ultérieure. De la même manière, Guéguen (sous presse *a*) a montré que le toucher conduit plus favorablement des étudiants à se porter volontaires pour corriger un exercice au tableau devant leurs camarades. Wheldall, Bevan et Shortall (1986) ont observé également que les recommandations des enseignants sont plus suivies par des enfants en classe lorsqu'elles sont dispensées avec un contact tactile. On sait également que des recommandations du personnel soignant sont plus scrupuleusement suivies lorsqu'un contact tactile les accompagne (Howard, 1988 ; Witcher et Fisher 1979). Il semble donc que, dans une relation où une différence statutaire existe, le toucher agit comme facilitateur de soumission à la demande du toucheur.

Il reste que, dans les recherches précitées, les sollicitations avaient un caractère implicite et il convient encore d'évaluer l'impact du toucher sur des requêtes explicites. Même si cela n'a pas été testé directement, il semble également qu'il y ait un lien entre le comportement non verbal du solliciteur et son statut apparent. Ainsi, McElroy et Morrow (1994) ont montré, toujours en manipulant le statut par le biais de l'apparence vestimentaire, qu'un individu de haut statut, sollicitant des fonds pour le compte d'une association caritative, se voit accorder plus d'argent comparativement à une

situation où il est vêtu de manière plus décontractée. Toutefois, une interaction entre le statut et la distance est observée. Ainsi, les dons consentis sont d'autant plus importants que la personne de haut statut se trouve proche, physiquement, du sujet (environ 25/30 centimètres). Lorsque le solliciteur est une personne de plus bas statut, on observe l'inverse : le fait d'être près conduit à une baisse importante des dons consentis comparativement à une situation où la distance physique est plus importante (environ un mètre). Il apparaît donc manifeste que l'on tolère plus volontiers ou que l'on perçoit plus positivement l'invasion de son espace privé si l'envahisseur est de haut statut. Il est possible qu'il en va de même pour le toucher puisque Lynn, Le et Sherwyn (1998) ont montré que le toucher de clients de restaurants, réalisé par un serveur, exerçait un effet différent selon l'âge de ceux-ci. Ils ont en effet observé un effet favorable du toucher lorsque les clients étaient plus jeunes que le serveur et un effet défavorable lorsque ceux-ci étaient plus âgés. Or, conformément aux règles statutaires, l'initiation du toucher est bien plus souvent le fait des plus âgés à l'égard des plus jeunes (Henley, 1973). Sans vouloir parler d'effet direct du statut mais d'une composante souvent associée qui est l'expertise, l'intelligence, etc., on peut également se servir de recherches menées en dehors du champ de la soumission à des requêtes et qui ont montré un effet positif du toucher sur le comportement de la personne touchée. Ainsi, Bacorn et Dixon (1984) ont montré qu'à l'issue d'un premier entretien avec un thérapeute, 50 % des patients touchés par ce dernier déclaraient vouloir un autre rendez-vous contre 30 % en condition contrôle. Or, ici, dans la mesure où les sujets étaient des étudiants, force est de constater qu'il y a bien, dans cette relation, une différence statutaire.

■ *Statut du « toucheur » et soumission à une requête*

Il semble donc, à la lumière de ces travaux, que le statut du toucheur exerce un effet sur le comportement de la cible. Bien évidemment, les travaux que nous venons de présenter ne constituent pas une preuve expérimentale selon laquelle le statut du « toucheur » a un réel impact sur la soumission. Aussi, afin d'explorer plus systématiquement ce lien, Guéguen (2001*a*) a mis en place l'expérience suivante où le statut du « toucheur » était manipulé par son apparence vestimentaire.

Un compère, selon le cas un homme âgé de 30 ans ou une femme de 28 ans, abordait un homme ou une femme adulte. Le compère disait faire une enquête sur la consommation de produits frais et demandait au sujet s'il accepterait d'y répondre. Dans la moitié des cas, en formulant cette requête, le compère touchait l'avant-bras de la personne. Selon le cas, également, le compère était vêtu de manière neutre (jeans, tee-shirt, chaussures type « bateau ») ou de manière plus élégante (costume/cravate pour l'homme et tailleur pour la femme).

Comme d'habitude, le taux d'acceptation de la requête constituait la variable dépendante. Les résultats obtenus sont présentés dans la figure 3.12 ci-dessous.

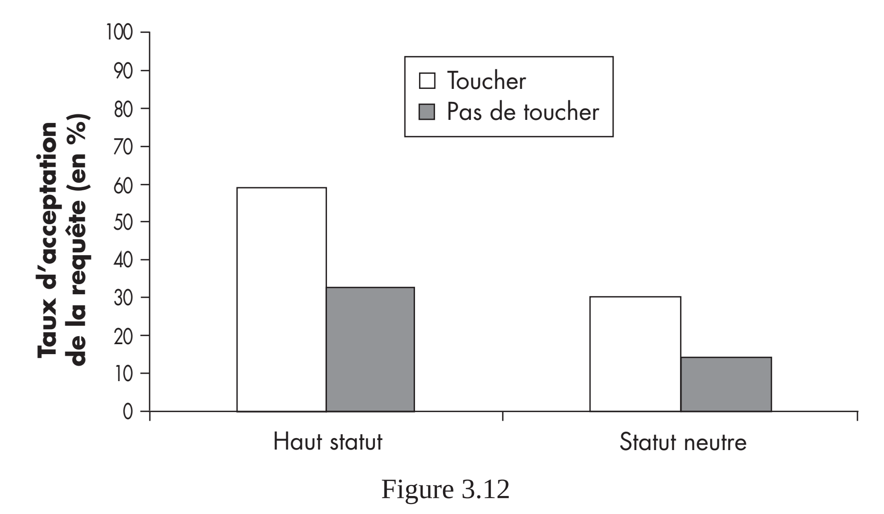


Figure 3.12

Taux d'acceptation de la requête selon le statut du solliciteur et la présence/absence d'un contact tactile

Comme on peut le constater, le toucher, tout comme le statut, conduisent à augmenter la soumission à la requête. Toutefois, l'analyse du tableau complet a montré un effet d'interaction entre les deux facteurs étudiés. Une analyse statistique par contraste montrera que cette interaction est imputable à la condition haut statut + toucher. Cela veut donc dire que lorsqu'une personne de haut statut touche une personne lors de la formulation d'une requête, cela contribue à augmenter la soumission dans une proportion supérieure à celle obtenue avec un toucher dispensé par un solliciteur de statut neutre ou par un solliciteur de haut statut qui ne touche pas le sujet[1].

On voit donc que l'effet du toucher peut être renforcé par le statut. Que se passe-t-il lorsque le « toucheur » est de bas statut ? On a vu avec la recherche de Lynn *et al.* (1998) qu'un serveur voyait ses pourboires diminuer lorsqu'il touchait des clients plus âgés que lui. Nous avons déjà précisé que, selon Henley (1973), l'âge est un facteur de différenciation statutaire et les plus âgés tendent, de manière générale, à bénéficier d'un plus important statut que les plus jeunes. Aussi, afin de tester un nouveau registre statutaire, une nouvelle expérimentation a été conduite (Guéguen, sous presse *e*).

1. Une interaction est intuitivement facile à comprendre. Vous savez qu'un petit peu d'alcool n'est pas dangereux tout comme le fait de prendre quelques somnifères. Toutefois l'absorption des deux donne un cocktail dangereux. C'est ce qui caractérise une interaction.

Cette expérience reprenait le principe de la précédente. Un compère sollicitait des personnes dans la rue pour répondre à un questionnaire sur les produits frais. Selon le cas, il était vêtu de manière élégante (tailleur pour la femme et costume-cravate pour l'homme), neutre (jeans, tee-shirt, chaussures type « bateau ») ou de manière négligée (pantalon râpé, déchiré et sale, tee-shirt de propreté douteuse, cheveux hirsutes et sales). Ces tenues vestimentaires permettaient d'incarner respectivement une personne de haut statut, de statut intermédiaire ou de bas statut. Une évaluation de la pertinence de cette attribution a été faite auprès d'un groupe de 60 personnes prises dans la rue et auxquelles on demandait « d'observer l'enquêteur/enquêtrice de l'autre côté de la rue » et d'évaluer son statut social, à l'aide d'une échelle à 9 pas allant de 1 (bas statut) à 9 (haut statut). L'analyse montrera une différence allant dans le sens de l'apparence manipulée : 3.28 de moyenne pour l'aspect vestimentaire destiné à incarner le bas statut, 4.83 pour le niveau d'apparence intermédiaire et 6.21 pour l'apparence supposée traduire un haut statut.

Comme précédemment, tout en formulant sa requête, le compère se débrouillait, en condition expérimentale, pour toucher l'avant-bras de la personne. Les résultats obtenus pour les trois conditions de statut sont présentés dans la figure 3.13 ci-dessous.

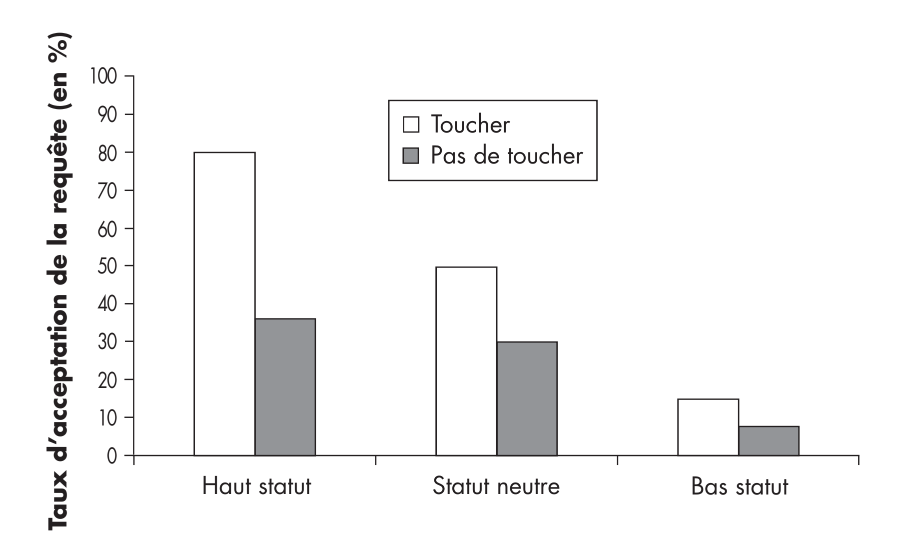


Figure 3.13

Taux d'acceptation de la requête selon le statut du solliciteur et la présence/absence d'un contact tactile

Comme on peut le voir à nouveau, toucher et statut exercent bien un effet sur la soumission. Ici encore, un effet d'influence additionnel du toucher est

obtenu lorsque le « toucheur » est de haut statut. Par contre, on peut voir que le toucher d'une personne de bas statut n'exerce pas d'effet négatif. Tout au contraire, les résultats vont dans le sens d'une efficacité constante du toucher. Cette absence de résultats doit toutefois être prise avec prudence. On remarquera tout d'abord que, dans cette situation, le taux de soumission du sujet est statistiquement identique à celui observé en situation d'absence de toucher alors que ce n'est pas le cas en situation de statut neutre. Si le toucher n'exerce pas d'effet d'inhibition, on observe qu'il ne produit pas son effet classique et répété d'augmentation de la soumission des sujets à la requête lorsque le « toucheur » est de plus haut statut. On peut également observer des taux très faibles d'acceptation de la requête en condition de bas statut. Il est possible que les personnes sollicitées ont cherché à éviter toute interaction avec le requêteur ; ce qui ne permet pas du coup d'étudier l'impact du toucher sur le comportement. Il est aussi possible que le compère ait inspiré crainte ou dégoût aux sujets dans toutes les conditions manipulées, ce qui les a conduits à éviter tout contact avec lui et donc à refuser sa requête. Sans changer l'apparence des compères qui exerce, manifestement, un effet sur le comportement des sujets, il conviendrait de reprendre cette expérience avec un effet plancher plus élevé en condition contrôle notamment en utilisant une requête moins coûteuse. En outre, seule la soumission des sujets a été mesurée ici. Or, des travaux montrent que des différences comportementales peuvent exister alors même que les taux de soumission sont identiques selon les groupes. Ainsi, Schivo, Sherlock et Wicklund (1974) ont montré que le taux d'aide entre une personne vêtue de manière conventionnelle ou très négligée demandant la direction d'un bâtiment connue des sujets était identique. Toutefois, l'analyse de la précision de ces informations montre qu'elle est plus fiable lorsque le demandeur est vêtu de manière conventionnelle plutôt que négligée. Il semble donc que le statut affecte le comportement du sujet même s'il ne se manifeste pas sur la principale variable mesurant la soumission.

En dehors des situations de sollicitation à des requêtes, le toucher exerce également un effet différencié selon le statut du toucheur. Une recherche expérimentale récente (Fischer-Lokou et Guéguen, soumis) a étudié l'impact du toucher et du statut du « toucheur » dans une situation de médiation. Le dispositif expérimental utilisé reprenait un dispositif que nous avons détaillé précédemment. Ces chercheurs demandaient à des médiateurs-compères exposant une solution d'accord, de toucher des sujets simulant une situation de négociation avec un opposant. La proposition du médiateur était une solution de compromis entre les deux solutions opposées que défendait chacun des sujets d'une dyade. Selon les conditions expérimentales, on faisait varier le comportement non verbal du médiateur (toucher ou non toucher) mais aussi son statut. Le médiateur était ainsi présenté comme un étudiant (statut neutre) ou comme un universitaire (haut statut). Les résultats montreront, à nouveau, que le toucher, tout comme le statut, a conduit à faire varier le taux

d'accord entre les deux parties (acceptation de la proposition du médiateur). En condition de toucher, les sujets ont adopté plus favorablement la proposition du médiateur. Il en a été de même lorsqu'il était de haut statut. Toutefois, on observera que l'effet du toucher a été d'autant plus fort que le médiateur était de haut statut. Ici encore, toucher et statut ont donc interagi et produit un effet d'influence additionnel.

L'ensemble des recherches que nous venons de présenter semble bien attester du lien qui est susceptible d'unir le toucher et la perception statutaire. Les recherches manipulant le statut du « toucheur » montrent, en outre, qu'un effet d'influence additionnel est obtenu. Bien entendu, ces recherches sont encore trop récentes et trop peu nombreuses pour en conclure que le statut renforce l'influence du toucher de manière absolue. *A fortiori*, elles ne permettent pas non plus d'expliquer l'effet d'influence du toucher par cette seule médiation. Une recherche va même à l'encontre d'une telle explication. Nous citerons, à cet effet, une recherche déjà présentée de Goldman, Kiyohara et Pfannensteil (1985), lesquels sont parvenus à obtenir un effet positif du toucher alors même que le « toucheur » n'était pas le demandeur de la requête : un sujet était touché par une personne qui lui demandait une direction à l'entrée d'une bibliothèque puis était sollicité pour participer à un téléthon quelques minutes plus tard par un second compère. Ici, dans la mesure où le solliciteur n'était pas le « toucheur », une explication en termes de perception accrue de la position statutaire du toucheur ne peut être invoquée.

■ *Qu'est-ce qui explique l'effet du toucher ?*

Les explications théoriques à l'effet d'influence du toucher que nous venons de présenter sont celles pour lesquelles on dispose d'un certain nombre de travaux expérimentaux. Il existe aussi d'autres explications théoriques qui n'ont jamais fait l'objet de validations empiriques. Certains travaux ont invoqué un effet de familiarité selon lequel le « toucheur » serait perçu par le « touché » comme plus familier, ce qui aurait pour conséquence de prédisposer ce dernier à accéder à sa requête (Goldman et Fordyce, 1983). Kleinke (1977*a*) préfère parler « d'intimité » accrue entre sujet et « toucheur », intimité qui favoriserait l'acceptation de la requête. Ces hypothèses sont bien entendues intéressantes mais n'en sont encore qu'au stade de l'intuition et réclament des évaluations empiriques. Il en va de même des théories que nous avons plus longuement présentées, et pour lesquelles des évaluations empiriques ou des expérimentations ont été conduites.

Il faut toutefois se garder de croire que l'effet du toucher qui semble si puissant et qui s'observe dans de multiples situations sociales soit réductible à un seul facteur. Là encore, comme nous l'avons dit pour le Pied-dans-la-Porte ou la Porte-dans-le-Nez, il est vraisemblable que le toucher à la propriété d'activer plusieurs processus selon la nature de la requête, le type

d'interaction avec le solliciteur, la perception de son statut, etc. L'intérêt de la recherche à venir sera peut-être de tenter d'isoler les processus les plus favorablement activés selon telle ou telle condition plutôt que d'essayer de trouver un seul et même processus à toutes ces situations.

2.2 L'influence du regard

« C'est un regard qui en dit long », « Je l'ai lu dans ses yeux », « Il m'a imploré des yeux »… Ici encore ces formules consacrées de nos échanges sociaux semblent vouloir dire que le regard pourrait avoir une signification particulière dans certaines circonstances sociales. Ce sens apparaît parfois tellement partagé que les magazines n'ont de cesse d'essayer de trouver l'angle d'un regard qui puisse le mieux possible retranscrire les sentiments, les émotions d'une personne.

On peut donc se demander si le regard a une réelle capacité d'influence et si, comme le veut cet ouvrage, il peut nous conduire à nous soumettre plus aisément à un solliciteur. Nous allons voir que ce comportement non verbal nécessairement présent dans nos échanges sociaux peut, selon certaines de ses caractéristiques, influencer le comportement d'autrui et donc faciliter la soumission.

2.2.1 L'effet d'influence du regard sur la soumission

Kleinke (1977*a*) est le premier chercheur, à notre connaissance, à avoir expérimenté l'effet du regard sur la soumission à une requête. Dans une première expérience, une jeune femme compère plaçait de la monnaie sur la tablette de cabines téléphoniques et s'en allait. Elle attendait qu'un sujet entre dans la cabine puis ressorte en ayant pris l'argent. À ce moment, elle abordait le sujet en lui disant qu'elle pensait avoir oublié de l'argent dans la cabine quelques minutes auparavant et demandait au sujet si celui-ci l'avait trouvé. En formulant cette demande, elle regardait de manière soutenue le sujet, ou alors elle détournait les yeux. Dans une seconde expérience, le même compère abordait un sujet en lui demandant s'il pouvait lui donner une « petite pièce ». Selon le cas, en formulant cette demande, le compère regardait le sujet de manière soutenue ou ne le regardait pas. Les taux d'acceptation qui ont été obtenus pour les deux sollicitations sont présentés dans la figure 3.14 ci-après.

Comme on peut le voir (sans jeu de mots), le regard conduit à accroître le taux d'acceptation de la requête. L'absence de contact visuel a, semble-t-il, un effet négatif sur l'acceptation de la requête.

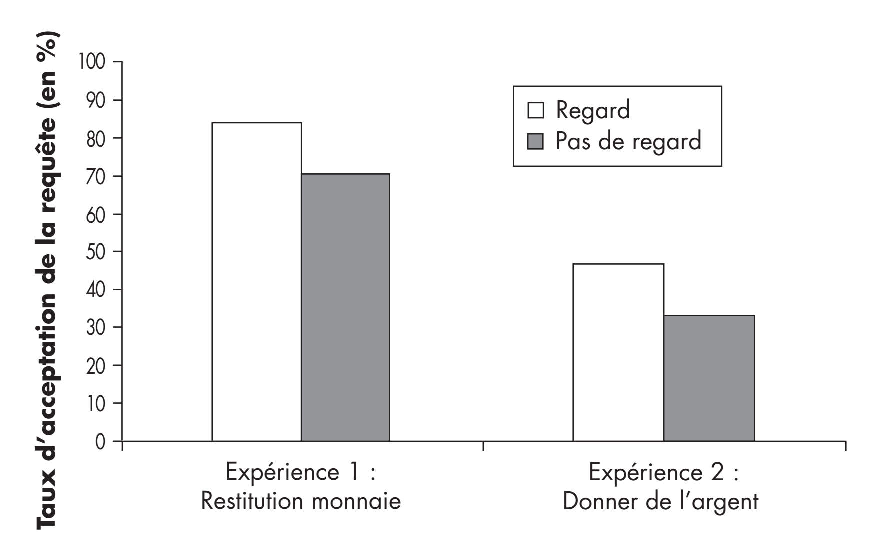


Figure 3.14

Taux d'acceptation des deux requêtes selon la présence ou non d'un contact visuel

■ *Efficacité du regard sur des requêtes explicites…*

Nous venons de voir, à travers les deux expériences de Kleinke (1977*a*), que le regard exerce un effet d'influence sur la soumission à une requête formulée par un solliciteur. D'autres travaux ont confirmé ces premiers résultats. Ainsi, Brockner, Pressman, Cabitt et Moran (1982) ont répliqué la première expérience de Kleinke (1977*a*) et ont montré que 81 % des sujets regardés restituent l'argent trouvé dans la cabine téléphonique contre 63 % en condition contrôle. Kleinke (1980) observe que des sujets, sollicités pour donner un franc à une personne qui prétendait avoir besoin de téléphoner pour qu'on vienne la chercher, consentent à donner dans 84 % des cas en condition de regard contre 64 % en l'absence de ce contact.

De manière générale, le regard conduit donc à augmenter le taux de soumission à une requête. On sait également qu'il conduit à impliquer davantage le sujet dans son comportement. Ainsi, Bull et Gibson-Robinson (1981) ont montré que le montant moyen des dons accordés à une organisation humanitaire est plus important lorsque le solliciteur regarde le sujet pendant la formulation de sa requête (29.2 pences) que lorsqu'il regarde sa boîte de collecte (17.0 pences).

Bien entendu, il n'y a pas que les demandes d'argent qui soient influencées par le regard. Kleinke et Singer (1979) demandaient à un compère de tendre une brochure au passage de passants marchant dans une rue piétonne. En condition de regard, le compère regardait le sujet droit dans les yeux en lui tendant la brochure tandis qu'en condition de non-regard, il regardait par

terre ou sur les côtés. Cette expérience, qui a été réalisée auprès de mille deux cents piétons, a montré que 82 % des sujets regardés ont pris la brochure du compère contre 70 % en condition d'absence de regard. Une situation que nous connaissons tous est l'auto-stop. Snyder, Grether et Keller (1974) ont testé pas moins de mille deux cents automobilistes en donnant pour instruction à leurs compères (des hommes ou des femmes jeunes), de capter le regard du conducteur d'une voiture-cible puis de maintenir ce contact jusqu'à ce que le véhicule passe. Dans la moitié des cas, le compère avait pour instruction de regarder ailleurs et de ne regarder, à aucun moment, le conducteur. Les résultats montreront que si 3 % des conducteurs se sont arrêtés pour prendre l'auto-stoppeur qui ne les regardait pas, ils ont été près de 7 % lorsqu'un contact visuel était établi. Morgan, Lockard, Fahrenbrugh et Smith (1975) confirmeront ces résultats dans une expérience qui a impliqué six mille soixante-huit conducteurs. Les résultats montreront le même pattern de résultats que précédemment. Ici, le taux d'arrêt selon le genre du compère auto-stoppeur a été évalué. Les résultats sont présentés dans le tableau 3.20 ci-dessous.

	Regard	**Pas de regard**
Auto-stoppeur	10.1	4.8
Auto-stoppeuse	16.2	6.1

Tableau 3.20

Taux d'arrêt selon la condition expérimentale et le genre du compère auto-stoppeur (en %)

Un effet simple de la condition expérimentale et du genre du compère a été obtenu ici mais l'interaction ne s'avère pas statistiquement significative. Que le compère soit un homme ou une femme ne change rien à l'effet du regard : dans les deux cas, il conduit à influencer positivement et dans les mêmes proportions, le comportement des conducteurs.

Lorsqu'il ne s'agit pas de sollicitation d'aide ou de requête dont l'acceptation est laissée à l'appréciation du sujet, on observe que le regard dans les yeux s'avère également efficace. Ainsi, il semble qu'une injonction dans le cadre d'une relation pédagogique est mieux suivie lorsqu'elle s'accompagne d'un regard dans les yeux de son interlocuteur au moment de sa formulation. Hamlet, Axelrod et Kuerschner (1984) demandaient à des enseignants de regarder ou ne pas regarder dans les yeux des élèves lorsque différentes instructions leur étaient données (« Met tes livres ailleurs », « Assieds-toi », etc.). Dans les deux cas, l'enseignant remerciait l'élève : « Merci Timothy. » L'efficacité de ces injonctions était mesurée dans les minutes qui suivaient. Ici encore, le regard a conduit une proportion plus importante d'élèves à faire ce que l'enseignant leur a demandé.

■ *… et efficacité du regard sur des requêtes implicites*

Nous avons souvent vu dans cet ouvrage qu'une même technique peut à la fois influencer l'acceptation d'une requête explicitement formulée par un requêteur et influencer l'aide spontanée qu'un sujet est susceptible d'apporter à autrui. Il semble que le regard n'échappe pas non plus à cette règle. Ainsi, Ellsworth et Langer (1976) ont montré qu'un compère cherchant une lentille de contact par terre est aidé dans 83 % des cas lorsqu'il regarde le sujet dans les yeux alors qu'il n'est aidé que dans 58 % des cas lorsque ce contact visuel n'a pas lieu. De la même manière, Valentine (1980) a demandé à une jeune femme ayant un bras en écharpe de se placer à proximité d'un sujet attendant à un arrêt de bus. Quelques instants après, la jeune femme tentait, avec difficulté, de sortir de la monnaie d'un porte-monnaie avec son autre main. Elle finissait par faire tomber, de manière « accidentelle », les pièces par terre. En condition de regard, elle regardait le sujet dans les yeux pendant une durée d'environ cinq secondes puis détournait le regard et se baissait avec difficulté pour ramasser les pièces à terre. En condition contrôle, aucun contact visuel avec le sujet n'avait lieu. Le compère attendait cinq secondes et se mettait à ramasser ses pièces. Les résultats montreront que 57 % des sujets ont aidé en condition de regard contre 33 % en condition contrôle. On verra, en outre, dans une autre condition, que le regard aura encore plus d'incidence sur le comportement du sujet. En effet, dans une variante expérimentale, un second compère présent à l'arrêt de bus avait pour instruction de ne rien faire lorsque le compère faisait tomber ses pièces. On observera, dans ce cas qu'en condition contrôle, 11 % des sujets ont apporté leur aide alors qu'ils ont été 82 % en condition de regard. Ici, l'effet classique de dilution de la responsabilité observé en condition contrôle a été supprimé par le regard. Du coup, en raison de la passivité du second compère, la relation sociale créée par le regard a été accentuée et a donc conduit le sujet à apporter encore plus d'aide au premier compère.

Le fait d'avoir l'opportunité d'être en contact visuel avec autrui peut également conduire à favoriser l'émission d'un comportement attendu dans un contexte donné. On a pu montrer qu'un contact visuel renforcé de la part d'un enseignant à l'égard des élèves conduisait à une augmentation de la participation de ces derniers (Sommer, 1967). Toutefois, cela pourrait provenir de facteurs d'auto-sélection faisant que les élèves désirant participer peuvent avoir choisi des emplacements favorisant ce contact visuel avec l'enseignant. Afin d'éviter cet effet d'auto-sélection, Caproni, Levine, O'Neal, McDonald et Garwood (1977) ont mené une expérimentation en classe où un enseignant avait pour consigne de se placer à différents endroits d'une salle de cours alors qu'il dispensait son enseignement. L'endroit où il s'asseyait était constitué de manière à favoriser ou ne pas favoriser le contact visuel avec les étudiants. Quatre niveaux de possibilités de contact visuel étaient ainsi offerts allant du face-à-face à la quasi-impossibilité d'un

contact. On mesurait alors la participation en notant le nombre d'interventions des sujets à l'égard de l'enseignant ou des autres étudiants. Ici encore, les résultats seront éloquents. Alors que la participation est une attente implicite d'un enseignant, lorsqu'il y a contact en face-à-face, le taux d'intervention des étudiants est quatre fois plus important que lorsque ce contact n'a pas lieu. Le même effet est obtenu lorsque l'on attend d'un patient qu'il fasse des révélations sur lui lors d'une première consultation. Lorsque le patient est regardé par le thérapeute, cela le conduit à plus de révélations et à fournir plus de détails que lorsque le thérapeute ne le regarde pas (Jourard et Friedman, 1970).

Le regard a donc une propriété d'exhortation implicite à émettre un comportement attendu. Il semble même que cet effet soit durable. Ainsi Cary (1978) demandait à des étudiants de se présenter en un lieu pour participer à une expérimentation. En arrivant, le sujet était invité à attendre dans une petite salle d'attente où se trouvait un autre sujet. La salle contenait des revues placées entre les deux chaises. Une caméra permettait de filmer les protagonistes à leur insu. On a donc distingué le comportement du second sujet entré selon que le premier le regardait ou pas dans les yeux. Ici encore, les résultats seront éloquents. Le tableau 3.21 ci-dessous présente le comportement d'interaction du second sujet selon que le premier sujet l'a regardé ou pas. On a distingué ce comportement en trois catégories : pas d'échange, échange bref et engagement d'une conversation.

	Comportement du second sujet		
	Pas d'interaction	**Échange bref**	**Engagement conversation**
Comportement visuel du premier sujet			
Pas de regard au départ	61.5	30.7	7.8
Regard au départ	31.4	34.3	34.3

Tableau 3.21

Comportement du second sujet selon la présence/absence d'un contact visuel établi par le premier sujet

On peut voir clairement que la nature du premier contact induit une réponse comportementale très différente par la suite. L'échange visuel a donc une propriété d'exhortation à s'engager dans une interaction.

2.2.2 Type de regard et soumission

Jusqu'à présent, les recherches que nous avons présentées ont comparé l'effet du regard comparativement à une situation où le sujet n'était pas ou peu regardé. Toutefois, toutes les situations sociales ne sont pas de cette nature et, lorsque l'interaction est plus longue, il est difficile de ne pas avoir de contact visuel, les yeux dans les yeux, avec un sujet, au risque de conduire ce dernier à faire une inférence négative sur votre personne. Aussi, dans cette perspective, d'autres recherches ont été conduites afin de voir si c'était bien le maintien d'un contact franc et direct avec autrui qui expliquait l'effet de soumission obtenu. Il semble, comme nous allons le voir, que les résultats confirment cela.

Lindskold, Forte, Haake et Schmidt (1977) ont observé que c'est bien le regard direct qui produit l'aide. Dans leur recherche, des compères arborant le badge d'une association œuvrant en faveur des personnes handicapées sollicitaient des passants dans la rue avec une boîte de dons. En condition de requête directe, les solliciteurs établissaient un contact visuel direct avec une personne et leur demandaient de contribuer à l'œuvre. En condition de requête impersonnelle, la sollicitation était lancée à la cantonade avec un regard également à la cantonade. Cette recherche qui sera conduite sur plus de trois mille personnes atteste de l'importance de l'accroche visuelle. Lorsque les compères s'adressaient « visuellement » à la cantonade, à peine 3 % des sujets ont donné. Dans le même temps, lorsqu'un contact visuel était établi, 34 % des personnes ont donné. Il semble donc que ce soit bien l'accroche du regard du sujet qui conduit le sujet à accepter la requête du solliciteur.

Bien entendu, comme nous l'avons dit, lorsque l'interaction est plus personnelle, il est difficile d'éviter de regarder autrui. On peut donc se demander si le moindre contact visuel suffit ou alors si le maintien du regard est une condition nécessaire à l'obtention du comportement recherché chez le sujet. Guéguen et Jacob (2002) ont cherché à différencier cela en testant l'impact du regard dans le cadre d'un nouveau type de requête. Un compère se faisait passer pour un étudiant et demandait au sujet s'il accepterait de répondre à un questionnaire de marketing dans le cadre d'un exercice lié à sa formation. Selon le cas, en formulant cette requête, le compère regardait le sujet dans les yeux ou avait un regard fuyant (dès que ses yeux rencontraient ceux du sujet, il regardait ailleurs). Les résultats montreront que 66 % des sujets ont consenti à la requête lorsque le compère regardait le sujet dans les yeux contre 34 % en condition de regard fuyant. Il semble donc que c'est bien un regard soutenu qui prédispose à l'aide.

2.2.3 Les mécanismes explicatifs à l'effet du regard

Bien que les travaux sur le regard soient moins nombreux que ceux réalisés sur le toucher, il apparaît, en ce domaine, que les recherches ont néanmoins tenté de mieux cerner ce que le regard induisait chez les personnes qui en étaient la cible. Dans cette perspective, deux approches sur ce que le regard induit chez les personnes ont surtout été étudiées de manière empirique. On va voir que les mêmes justifications théoriques invoquées pour expliquer l'effet du toucher sont également avancées pour expliquer l'effet du regard.

■ *Une perception positive du « regardant »*

Nous avons très largement présenté, dans la partie sur le toucher, l'effet que peut avoir une perception positive d'un solliciteur sur l'aide qu'on lui apporte. On sait qu'une impression favorable conduit à apporter son aide soit de manière spontanée soit parce que le solliciteur nous en fait la demande. De fait, si le regard a la propriété de conduire à percevoir celui qui nous regarde de manière plus positive, cela pourrait expliquer pourquoi l'aide à autrui ou l'acceptation d'une sollicitation s'observe plus fréquemment lorsque le solliciteur nous regarde dans les yeux. On va voir que, contrairement au toucher où les recherches étaient extrêmement rares, pour le regard, plusieurs travaux conduisent à apporter des preuves empiriques d'un lien entre regard et perception positive de la personne qui regarde. On va d'ailleurs voir que ce lien se manifeste à la fois en situation d'acteur d'une relation sociale ou de simple observateur de celle-ci.

En ce qui concerne la position d'acteur, des travaux ont montré que l'on apprécie plus favorablement ceux qui nous regardent et notamment ceux qui nous regardent durablement. Afin de mettre cela en évidence, Ellsworth et Carlsmith (1968) réunissaient, en entretien individuel de 10 à 15 minutes, un expérimentateur et un sujet. Ceux-ci se trouvaient assis en face-à-face à environ 1.20 mètre. Le thème de l'entretien était une vaste enquête sur l'effet du rang de naissance sur la personnalité et notamment l'effet d'être le premier enfant ou le dernier. Tout ce que disait l'expérimentateur était identique sauf que l'on interchangeait premier-né/dernier-né selon les sujets. Selon le cas, durant cet entretien, l'expérimentateur regardait souvent (20 fois 5 à 8 secondes dans les yeux) ou peu souvent (4 fois 5 à 8 secondes dans les yeux et 16 fois 5 à 8 secondes en direction des oreilles du sujet) le sujet. À la fin de l'entretien, on remettait au sujet un questionnaire et on lui demandait d'y répondre à son domicile et de le glisser dans une des boîtes aux lettres prévues à cet effet. Ce questionnaire contenait des échelles d'évaluation concernant l'entretien et l'expérimentateur. Les résultats qui ont été obtenus sont présentés dans le tableau 3.22 ci-après.

	Interviewer	Entretien
Regard	6.05	5.80
Pas de regard	4.80	5.04

Tableau 3.22

Moyennes des évaluations de l'interviewer et de l'entretien (scores supérieurs = évaluation plus positive)

Dans les deux cas, une évaluation plus positive est observée lorsque la fréquence des regards a été la plus importante. On remarquera, en outre, une forte corrélation ($r = .71$) entre les deux mesures. On voit donc que le regard conduit à juger plus positivement la personne et le contexte. Cela constitue donc une double dimension favorable à l'acceptation d'une requête ou à la production d'un comportement d'aide. Cet effet du regard sur le jugement a été répliqué à de nombreuses reprises (Kleinke et Taylor, 1991 ; Knackstedt et Kleinke, 1991) et offre toujours le même pattern de résultats : plus la personne vous regarde dans les yeux et plus elle est évaluée positivement.

Le même effet est observé dans une relation thérapeutique. Kelly (1978) a montré qu'un psychologue qui regarde très fréquemment ses patients en entretien est évalué plus positivement. Or, Jourard et Friedman (1970) ont montré que le regard incitait plus favorablement le sujet à faire ce que souhaitait son thérapeute. Kleinke, Staneski et Berger (1975) ont montré que la durée moyenne du temps de parole spontanée du sujet augmentait lorsque le regard du vis-à-vis était constant plutôt qu'intermittent ou absent. Pourtant, ici, le sujet se trouvait en situation non problématique puisqu'il s'agissait d'un banal entretien d'enquête sur les loisirs.

Même dans les situations où le sujet n'est pas en interaction avec celui qui le regarde, on observe les mêmes effets sur l'évaluation. Ainsi, Brooks, Church et Fraser (1986) ont réalisé une expérimentation dans laquelle des étudiants étaient invités à regarder une vidéo présentant une situation où un sujet participant à une expérience se voyait interviewé par un expérimentateur qui lui expliquait quelque chose. La vidéo ne comportait pas de bande son et on disait au sujet que l'objectif était de voir comment il se formait une impression sur autrui rien qu'en observant son comportement. Cette consigne était là pour focaliser le sujet sur le comportement non verbal de la cible (le sujet de l'expérience de la séquence vidéo). La séquence qui durait une minute était filmée de manière à ce que l'on puisse voir où la cible regardait. Selon les groupes, on pouvait voir que pendant 5, 30 ou 50 secondes sur les 60 secondes d'interaction, la cible regardait l'interviewé. Dans les autres cas, elle regardait ailleurs. On demandait ensuite au sujet d'évaluer la cible à l'aide d'échelles composées de paires d'adjectifs (sociable/asocial,

égoïste/généreux, etc.). Les résultats qui seront obtenus montreront un lien linéaire entre le temps de regard vers l'interviewer et l'évaluation : plus le temps passé à regarder ce dernier est important et plus le sujet est jugé comme sociable, généreux, rationnel, honnête et digne de confiance. En outre, on observera que les évaluations ont été les plus négatives lorsque la cible n'a regardé le sujet que pendant cinq secondes. Ces résultats obtenus par une simple observation ont été répliqués à plusieurs reprises. En outre, Droney et Brooks (1993), en utilisant le même paradigme que précédemment, ont montré que la cible est évaluée comme ayant une meilleure estime de soi, un meilleur self-control lorsqu'elle regarde longuement son interlocuteur.

Il semble donc que le regard qu'autrui nous porte ou la manifestation d'un tel comportement que nous observons chez autrui conduit à attribuer des traits personnologiques plus positifs à la personne. En raison du lien fort qui unit perception positive et aide à autrui (Baron, 1971 ; Gross, Wallston et Piliavin, 1975 ; Regan, 1971 ; Takemura, 1993), on peut penser que ce facteur médiatise le lien que l'on observe entre regard et soumission. Bien entendu, comme cela a été le cas pour le toucher, il reste à mettre cet effet de médiatisation en évidence. De fait, cela impose des mesures de la perception du solliciteur dans les recherches où un effet sur l'aide spontanée à autrui ou la sollicitation à une requête constitue le comportement recherché. On voit que, comme pour le toucher, seules des preuves indirectes sont disponibles.

■ *Regard et dominance*

Précédemment, nous avons soutenu que le toucher pouvait être considéré comme un comportement non verbal renforçant la position statutaire. Le contact visuel pourrait avoir la même fonction mais, plutôt que de permettre une différenciation statutaire comme c'est le cas du toucher, il semble plutôt conduire à une inférence du niveau de dominance à propos d'autrui. Il s'agit donc d'une dimension spécifique alors que le statut est une composante multidimensionnelle.

Comme précédemment, le lien entre contact visuel et dominance attribuée a été mis en évidence par le biais d'évaluations directes impliquant une évaluation dans le cadre d'une interaction sociale ou par le biais d'une évaluation issue de l'observation d'une interaction sociale.

Ainsi, s'agissant d'une évaluation dans le cadre d'une insertion dans une situation, Thayer (1969) faisait se retrouver, en face-à-face, un sujet et un compère pour une interaction de trois minutes sur un thème quelconque. Le compère, selon le cas, avait pour instruction de regarder le sujet dans les yeux de manière assez durable plusieurs fois pendant le temps imparti (condition de regard prolongé) ou il avait pour instruction de regarder aux alentours pendant la plus grande partie du temps et, à raison de trois fois par minute, il devait regarder le sujet dans les yeux pendant deux secondes

(condition de regard furtif). Après cette interaction, le sujet devait évaluer le compère à l'aide de six échelles d'adjectifs bipolaires (soumis/dominant, faible/fort, etc.) et il devait estimer, à l'aide des mêmes échelles, comment le compère l'évaluerait. Les résultats montreront que le compère, en condition de regard prolongé, est jugé plus dominant qu'en condition de regard furtif. Dans le même temps, le sujet regardé a estimé que le compère le jugerait moins dominant en condition de regard prolongé qu'en condition de regard furtif. Pour Thayer (1969), de tels résultats qui ont été répliqués (Argyle, Levebre et Cook, 1974), confirmeraient le modèle animal d'expression de la dominance : le privilège du dominant est de regarder le dominé.

La perception de dominance est également accrue lorsque l'on est le simple observateur d'une scène où une personne en regarde une autre. Ainsi, si on reprend l'expérience de Brooks, Church et Fraser (1986) que nous avons présentée ci-dessus et où des sujets devaient juger une cible à partir d'une vidéo sans son, on observe cet effet. Selon le cas, la cible regardait son interlocuteur 5, 30 ou 50 secondes sur les 60 secondes du film. Ici, outre les effets du temps de regard sur l'évaluation de la cible, on observera un effet sur les évaluations de traits en lien avec la dominance et le statut social. Lorsque le sujet regarde longuement son interlocuteur, il est perçu comme plus dominant, plus efficace, plus indépendant, plus mature et comme ayant une capacité de leadership plus prononcée. En outre, le niveau de diplôme qu'il possède est jugé comme plus élevé lorsqu'il regarde plus longuement l'interviewer. On voit donc que les caractéristiques personnologiques en lien avec la dominance et les caractéristiques en lien avec le statut sont positivement et linéairement liées à la durée du regard. Ces résultats ont été confirmés par Dovidio et Ellyson (1982) et s'observent aussi bien dans les jugements de cibles composées d'hommes ou de femmes. En outre, ces chercheurs observeront que le pouvoir attribué à celui qui regarde est d'autant plus important qu'il regarde beaucoup lorsqu'il parle à son interlocuteur et qu'il regarde peu son interlocuteur lorsque celui-ci lui parle. Ce résultat est entièrement compatible avec une théorie de la dominance liée au contact visuel : il importe que l'expression de cette dominance soit importante lorsque l'on émet de l'information pour autrui et qu'elle soit la moins importante possible lorsque l'on en reçoit.

Les résultats de ces quelques travaux semblent donc montrer qu'il existe un lien entre regard et dominance. De fait, en attribuant un pouvoir accru à celui qui nous regarde, cela conduirait à rendre le sujet plus susceptible d'accéder à ses requêtes. Si nous avons vu, dans le premier chapitre, que l'attribution de la légitimité du pouvoir est bien un facteur prédisposant à la soumission, on manque encore, s'agissant des recherches sur le regard, de preuves que ce facteur explique la soumission observée par les sujets dans les recherches évoquées précédemment. Il est clair que, dans ce domaine, des travaux empiriques sont maintenant nécessaires.

2.3 L'influence du sourire

Dernier facteur de l'influence non verbale, le sourire est peut-être le plus commun des comportements non verbaux de l'homme dans ses interactions sociales mais, paradoxalement c'est un facteur qui a fait l'objet de peu de travaux en psychologie sociale. Toutefois, sous l'impulsion des travaux sur l'humeur, l'affect, etc., les psychologues sociaux ont tout récemment réalisé un certain nombre de travaux sur l'effet du sourire sur le comportement et l'évaluation ainsi que sur l'humeur d'autrui. On va voir que les théories invoquées pour expliquer les effets du sourire sont, elles aussi, proches de celles que nous avons présentées s'agissant des effets du toucher ou du regard.

2.3.1 Souriez et la moitié du monde sourira avec vous

Si l'on en croit certains travaux, le sourire est un acte social à fort niveau de réciprocité. Hinz et Tomhave (1991) l'ont en effet mis en évidence auprès de 1 095 hommes et femmes observés dans des situations et lieux publics divers (centre commercial, bibliothèque, etc.). Ils ont demandé à leurs étudiants d'exprimer trois types d'expressions faciales (sourire, neutre ou froncement de sourcils) et d'exhiber l'une d'elle au moment où ils croisaient un sujet. Les étudiants procédaient par groupe de deux, de sorte que l'un simulait une expression faciale précise auprès d'un individu pendant que son compère examinait l'expression faciale du sujet. De fait, celui-ci évaluait si le sujet répondait par un sourire, s'il répondait de manière neutre ou s'il fronçait les sourcils. La répartition des expressions des sujets selon l'expression du compère est présentée dans le tableau 3.23 ci-dessous.

	Expression faciale du compère		
	Sourire	**Neutre**	**Froncement sourcils**
Expression faciale du sujet			
Sourire	52.6	22.7	13.7
Neutre	45.2	73.2	78.9
Froncement de sourcils	2.2	4.1	7.4

Tableau 3.23

Fréquences des expressions faciales des répondants aux expressions simulées (en %)

Comme l'ont dit les auteurs, lorsque l'on sourit aux autres, la moitié des gens sourient à leur tour (52.6 %) tandis que lorsque l'on fait la tête, cela n'induit pas une réponse faciale équivalente. Il semble donc n'y avoir de

réciprocité que pour le sourire. On verra plus loin que le fait que cette réponse faciale soit produite en réponse au sourire d'autrui peut servir à expliquer les comportements ultérieurs du sujet.

2.3.2 Le sourire : un comportement féminin ?

Jusqu'à présent, nous avons peu parlé des différences de genre s'agissant du toucher et du regard car, si quelques différences existent ici ou là dans la réaction des hommes ou des femmes au toucher et au regard d'autrui et dans l'utilisation du toucher et du regard dans les interactions sociales, on ne peut pas à proprement parler invoquer de différences de genre dans les réactions et les usages de ces deux comportements non verbaux. Pour le sourire, il en va tout autrement et des travaux fondés sur des observations empiriques attestent d'une différence importante entre les hommes et les femmes tant dans l'utilisation du sourire que dans les réactions à un tel comportement non verbal.

Lorsque l'on s'intéresse au sourire dans sa fréquence d'utilisation, on constate des différences importantes entre hommes et femmes. Dodd, Russell et Jenkins (1999) ont examiné pas moins de 16 514 photographies de classes ou de promotions allant d'enfants de la maternelle à des étudiants afin de démontrer cette différence entre garçons et filles. Comme les photographies présentaient souvent le personnel administratif et enseignant, le comportement facial de ces personnes a également été évalué. Les photographies allaient de 1968 à 1997. On distinguait les personnes qui souriaient de celles qui ne souriaient pas. Cela a permis de déterminer la proportion de garçons et de filles souriant lors d'une pose photographique. Les résultats qui ont été obtenus sont présentés dans le tableau 3.24 ci-dessous.

	Maternelle (6 ans)	CP (7 ans)	CE1 (8 ans)	CE2 (9 ans)	CM1 (10 ans)	CM2 (11 ans)	Sixième (12 ans)
Garçons	54	59	66	75	77	72	63
Filles	59	68	72	79	89	83	82
	Cinquième (13 ans)	**Quatrième (14 ans)**	**Troisième (15 ans)**	**Terminale (17 ans)**	**Étudiants (18-20 ans)**	**Personnel (25-50 ans)**	**Moyenne**
Garçons	55	53	43	65	64	56	60.1
Filles	71	74	70	84	87	70	74.3

Tableau 3.24

Taux de personnes souriant parmi les garçons et les filles selon l'âge (en %)

Les valeurs qui apparaissent en italiques dans ce tableau correspondent aux différences statistiquement significatives entre les fréquences d'apparition du sourire selon les hommes et les femmes. Comme on peut le voir, le sourire, lors d'une pose photographique, apparaît comme plus usuel pour les personnes de sexe féminin.

Outre le fait que l'on trouve des différences de genre dans la fréquence d'apparition du sourire, l'observation de la nature du sourire met également en évidence des différences selon le genre. Ainsi, DeSantis et Nathan (2000) ont demandé à deux juges d'examiner des photographies de promotions d'étudiants, de photographies d'identité destinées aux « books » des universités, ainsi que des photographies d'événements publics tirés de magazines ou de journaux, d'annonces de fiançailles, etc. Les juges devaient déterminer s'il y avait ou non sourire et, si c'était le cas, l'amplitude de celui-ci. Lorsqu'il y avait sourire, celui-ci était codé dans deux catégories : sourire simple (sourire partiel avec lèvres non séparées) ou sourire large (sourire total avec dents visibles). La répartition de la fréquence d'apparition de ces trois catégories de réaction face à l'objectif est présentée dans le tableau 3.25 ci-dessous.

	Sourire large	**Sourire simple**	**Pas de sourire**
Femmes	78.51	14.35	7.14
Hommes	58.15	22.21	19.64

Tableau 3.25
Répartition du type de sourire selon le genre (en %)

Ici, non seulement les femmes sourient plus mais elles ont davantage recours au sourire large que les hommes. Une analyse complémentaire de DeSantis et Nathan (2000) montrera, en outre, que, quel que soit le type de circonstances de pose photographique, les hommes sourient moins fréquemment que les femmes. Pourtant, comme ils ont pu le remarquer, un tel comportement n'est que très récent. En effet, en faisant la même évaluation à partir de photographies prises entre 1900 et 2000, DeSantis et Nathan (2000) ont observé que le recours au sourire large est en perpétuelle augmentation. Jusqu'à la période 1940 pour les hommes et 1930 pour les femmes, l'absence de sourire était le comportement facial le plus fréquent observé lors des poses photographiques chez les étudiants. À partir de 1950, très progressivement chez les hommes et de manière plus marquée chez les femmes, le sourire large est devenu la pose faciale la plus fréquemment adoptée dans ces circonstances.

Les effets de différenciation par genre dans la fréquence du sourire et la nature du sourire ont également été retrouvés dans une autre culture comme le Brésil (Otta, 1998). Toutefois, ce chercheur a distingué les personnes selon

leur âge en analysant des photographies prises lors de circonstances ordinaires (anniversaires, fête de Noël, mariage, etc.). L'étendue de l'âge était comprise entre 2 et plus de 60 ans. Ici, le type de sourire était codé à l'aide d'une échelle allant de 1 (pas de sourire) à 4 (sourire large avec dents découvertes et mâchoires non serrées). Cela permettait de calculer une moyenne des scores. Les résultats obtenus sont présentés dans le tableau 3.26 ci-après.

	Fréquence		Type de sourire	
	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes
2-5 ans	25.0	25.0	1.45	1.50
5-15 ans	65.0	40.0	2.23	1.71
15-20 ans	80.0	46.0	2.63	1.89
20-40 ans	78.0	48.0	2.59	1.86
40-60 ans	61.0	38.0	2.16	1.58
+ 60 ans	49.0	22.0	1.81	1.35

Tableau 3.26

Fréquence sourire (en %) et type de sourire
(score supérieur = sourire plus large) selon la classe d'âge et le genre

Alors qu'aucune différence statistique n'existe entre les garçons et les filles âgés entre 2 et 5 ans, dans tous les autres groupes d'âge on observe une différence liée au genre à la fois en ce qui concerne la fréquence du sourire et le type de sourire. On confirme donc, dans une autre culture, que les femmes sourient plus et plus largement que les hommes.

2.3.3 L'effet d'influence du sourire sur des requêtes

Contrairement au toucher et au regard, il y a peu de travaux sur l'effet du sourire sur l'aide et sur la soumission à une sollicitation. Nonobstant cette rareté, il apparaît que ce facteur a une influence réelle sur l'acceptation d'une requête qu'elle soit explicite ou implicite.

Une recherche de Guéguen (soumis *b*) a testé l'effet du sourire sur l'auto-stop. Un compère, homme ou femme, faisait de l'auto-stop sur une route à fort passage. En alternance, le compère avait pour instruction de sourire (sourire minimum sans découvrir les dents) ou ne pas sourire. Les résultats qui furent obtenus auprès de huit cents conducteurs sont présentés dans le tableau 3.27 ci-contre.

	Sourire	**Pas de sourire**
Auto-stoppeur	9.0	6.0
Auto-stoppeuse	19.0	10.5

Tableau 3.27

Taux d'arrêt des conducteurs selon le genre du compère auto-stoppeur et la condition expérimentale

Dans cette recherche, tous les automobilistes qui se sont arrêtés étaient des hommes. On peut observer que, de manière générale, le sourire a eu un impact positif sur le comportement des conducteurs. Toutefois, cet effet est uniquement imputable à notre auto-stoppeuse. En effet, malgré les différences, aucun effet statistique du sourire n'a été observé entre les deux conditions expérimentales lorsque le compère auto-stoppeur était un homme. Il semble donc que les sujets (ici des hommes) sont sensibles uniquement à l'effet de cette expression faciale lorsqu'elle est manifestée par quelqu'un du sexe opposé. Cela a été clairement mis en évidence par Walsh et Hewitt (1985), lesquels manipulaient cet effet d'opposition des sexes dans le cas d'une invite implicite. Une femme-compère se plaçait à une table vide d'un bar et devait entamer ou pas une interaction non verbale avec des hommes présents dans le bar. Selon le cas, l'homme recevait un contact visuel ou plusieurs de la part du compère. Selon le cas, également, un sourire était ou pas dispensé en plus du regard. Un groupe contrôle ne recevait rien. On mesurait si le sujet établissait ou pas un contact avec la jeune femme. Les résultats montreront que si aucun homme n'est venu aborder la jeune femme, ils ont été 60 % lorsque plusieurs contacts visuels assortis d'un sourire étaient dispensés en condition contrôle. On observera, en outre, que c'est bien le sourire et non le nombre de contacts visuels qui importait ici puisqu'il y a eu seulement 20 % de contacts avec la jeune femme lorsque plusieurs contacts visuels sans sourire étaient dispensés.

Outre le fait que le sourire influence le comportement, les caractéristiques du sourire dispensé ont également un effet. Tidd et Lockard (1978) ont mis en évidence cet effet dans un nouveau contexte de sollicitation implicite. Une jeune femme, serveuse dans un bar, au moment où elle remettait la boisson commandée par un client (un homme ou une femme), dispensait un sourire minimal (mouvement des lèvres mais sans découverte des dents) ou un large sourire (sourire avec dents largement découvertes) à ce dernier. On mesurait alors le montant moyen des pourboires laissés par le client après qu'il soit sorti de l'établissement. Les résultats qui ont été obtenus sont présentés dans la figure 3.15 ci-après.

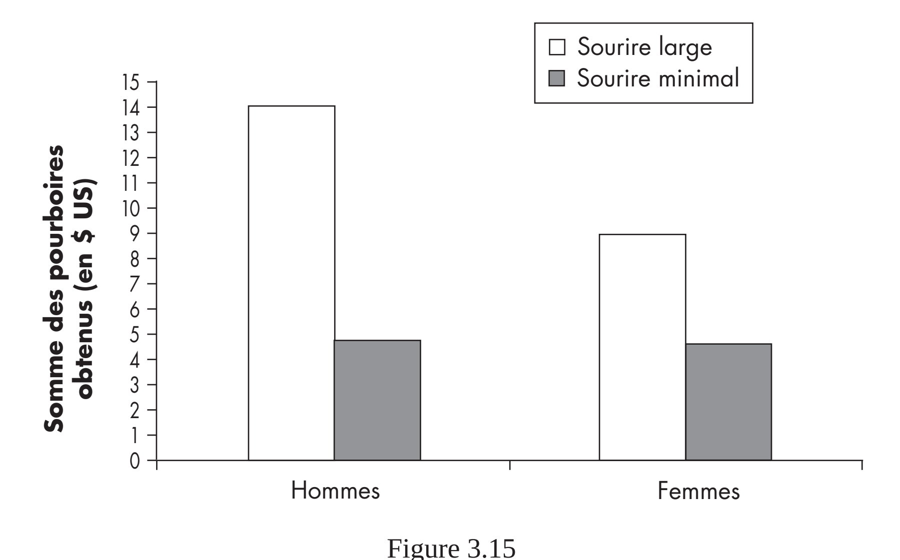


Figure 3.15

Somme des pourboires consentis à la serveuse (sur 24 sujets dans chacune des quatre conditions)

Comme on peut le voir, un sourire large, franc, généreux, conduit à voir les pourboires de la serveuse augmenter dans des proportions remarquables notamment lorsque le client est un homme.

En dehors de ces sollicitations directes à des requêtes, le sourire a également des effets positifs sur les personnes. Nous avions déjà vu avec le toucher et le regard que ces encouragements non verbaux avaient des effets positifs sur les comportements d'apprenants que ce soit en termes de comportements scolaires ou de performances. Il semble que le sourire produise également les mêmes effets. L'expérience menée par Kleinfeld (1973) illustre parfaitement l'importance de ce comportement non verbal dans une relation pédagogique. On effectuait, dans un premier temps, une mesure de différentes compétences intellectuelles auprès d'étudiants. Puis, trois semaines après, ceux-ci se retrouvaient pour effectuer un autre test de mesure de leurs compétences. Selon le cas, on demandait à l'examinateur de sourire au sujet et de se tenir à une distance de 75 cm de lui afin de susciter une relation de proximité (condition qualifiée de chaleureuse). Dans une autre condition, l'examinateur se tenait à deux mètres et ne souriait pas au sujet (condition qualifiée de neutre). Le test utilisé mesurait les compétences de traitement numérique et de traitement d'informations écrites. La variable dépendante qui a été retenue ici était constituée par la proportion de sujets dont les performances au test ont progressé entre la phase initiale et la seconde phase de mesure qui avait lieu, rappelons-le, trois semaines après. Les résultats obtenus sont présentés dans le tableau 3.28 ci-contre.

	Chaleur non verbale	**Pas de chaleur non verbale**
Test symbole numérique	85.7	12.5
Test information	71.4	12.5

Tableau 3.28
Taux d'augmentation des performances entre les deux passations (en %)

En se comportant de manière chaleureuse, on peut observer que l'examinateur a eu un impact important sur les performances du sujet. Bien entendu, il faut garder un certain recul avec cette expérimentation. D'une part, elle a été faite sur un faible échantillon et, d'autre part, le sourire est ici mêlé avec la distance, ce qui rend difficile l'appréciation de l'impact du sourire en soi. Toutefois, si on confronte ces résultats avec ceux obtenus dans le cadre du toucher ou du regard, on apporte, à nouveau, la preuve que des comportements non verbaux de complicité et de rapprochement ont des effets positifs sur les performances de ceux qui en sont la cible.

2.3.4 Les mécanismes explicatifs à l'effet du sourire

Comme pour les deux autres comportements verbaux étudiés précédemment, l'incidence du sourire a été étudiée sous l'angle des processus d'évaluation. La recherche montre aujourd'hui que le sourire affecte l'évaluation que le sujet se fait d'une personne qui sourie mais affecte également l'humeur de celui auquel s'adresse ce sourire. De fait, ces deux facteurs ont une incidence sur la soumission et pourraient expliquer pourquoi le sourire nous conduit à accéder plus aisément aux requêtes d'autrui.

■ *Une perception positive d'un autrui « souriant »*

Nous avons déjà mentionné cette explication comme facteur causal susceptible d'expliquer, dans certaines circonstances, l'effet du toucher et du regard. Le sourire n'échappe pas à cette règle et plusieurs recherches ont confirmé que le sourire ainsi que le type de sourire conduisent à une perception généralement plus positive de notre interlocuteur.

Cet effet se manifeste simplement à partir d'une photographie. Ainsi, Lau (1982) a présenté à ses sujets deux photos d'un homme et d'une femme possédant un degré d'attractivité (beauté physique) moyen. Selon le cas, ces personnes souriaient ou ne souriaient pas. Les sujets avaient pour instruction d'évaluer la cible à l'aide d'un questionnaire constitué d'échelles à quatre pas contenant quatre items reliés à l'attrait social (amical/non amical, etc.) et quatre reliés à l'évaluation affective (bon/mauvais, etc.). Une échelle permettait également de mesurer l'intelligence attribuée à la cible tandis qu'une

dernière échelle permettait une évaluation générale (positive/négative). Les résultats qui furent obtenus sont présentés dans le tableau 3.29 ci-dessous.

	Photo avec sourire	**Photo sans sourire**
Attrait social	19.89	16.94
Évaluation affective	19.25	16.24
Intelligence	4.74	4.31
Évaluation générale	4.65	3.60

Tableau 3.29
Moyennes des scores d'évaluation de la cible
(un score supérieur traduit une évaluation plus positive)

Pour chacune des dimensions, la présence du sourire conduit à une évaluation plus positive. L'impact du sourire est tel qu'il affecte une évaluation qui n'est pas en lien avec la compétence sociale des personnes. Ces résultats ont été répliqués dans une autre recherche par Reis, McDougal, Monester, Berstein, Clark, Seidl, Franco, Gioioso, Freeman et Radoane (1990). Un effet positif du sourire a même été observé sur l'attrait physique des cibles : les personnes qui sourient sont jugées plus belles que lorsqu'elles ne sourient pas (Burke, 2001 ; McGinley, McGinley et Nicholas, 1978).

Indépendamment de la présence/absence de sourire, les caractéristiques du sourire influencent également l'évaluation des cibles. Ainsi, Otta, Abrosio et Leneberg-Hoshino (1996) ont demandé à leurs sujets d'évaluer des photographies de personnes qui, selon le cas, ne souriaient pas, souriaient sans découvrir les dents (sourire fermé), souriaient en découvrant les dents mais en maintenant les mâchoires serrées (sourire découvert) ou souriaient en découvrant les dents et en présentant un large espace entre les mâchoires (sourire large). Les résultats montreront que plus le sourire s'élargit, plus la cible est évaluée positivement en termes d'attrait physique et social et en termes de gentillesse. Une relation linéaire entre les évaluations et la nature du sourire sera observée pour ces quatre types d'expressions faciales. Outre, la nature du sourire, la fréquence a également son importance. McGinley, McGinley et Nicholas (1978) ont demandé à leurs sujets d'évaluer une cible présentée à l'aide de dix photographies différentes. Dans un cas, la cible souriait sur sept photographies, tandis que dans une autre, elle souriait uniquement sur deux. Ici, les résultats montreront que l'évaluation a été d'autant plus favorable que le sujet souriait souvent.

Ces effets positifs du sourire sur l'évaluation ont été observés à d'autres reprises dans la littérature en psychologie sociale (Burke, 2001 ; Dabbs, 1997), ce qui atteste de la robustesse de l'effet. Il est possible que cette évaluation positive induite par le sourire explique les taux plus élevés

d'acceptation des requêtes explicites ou implicites. On a pu montrer précédemment que l'on disposait de preuves expérimentales selon lesquelles une perception positive d'un solliciteur est un facteur influençant la soumission. Il reste que les travaux que nous avons présentés sont fondés uniquement sur des évaluations personnologiques à partir de photographies. Il convient donc de voir si une personne qui nous sourit en face-à-face est également évaluée plus positivement.

■ *Le sourire d'autrui comme activateur d'une humeur positive*

Ce facteur a également été invoqué comme cause explicative à l'effet du toucher. Toutefois, l'effet du sourire de quelqu'un sur l'humeur d'autrui n'a pas fait l'objet d'évaluations. On sait que si l'on demande à quelqu'un de sourire, la production d'un tel comportement induit des auto-évaluations de son humeur plus positives. Ainsi, Kleinke et Walton (1982) ont constaté que lorsque l'on demandait à un sujet de sourire sur commande lors d'un entretien, cela le conduisait à évaluer plus positivement son humeur ainsi que l'entretien lui-même. De la même manière, Strack, Martin et Stepper (1988) ont montré que lorsque l'on inhibe l'expression faciale d'un sujet tout en l'exposant à une scène amusante (regarder des dessins amusants avec un crayon dans la bouche), cela conduit à diminuer le plaisir ressenti à l'égard des stimulus et l'humeur de la personne. Il est possible que le sourire d'autrui conduit au même effet notamment parce que l'on sait, comme nous l'avons vu précédemment, qu'il nous conduit nous-mêmes à produire un sourire en retour. Il reste que cela n'a pas été évalué. Toutefois, certains travaux nous incitent à penser que le sourire a bien ce pouvoir d'influence. Certaines recherches ont en effet montré que le sourire d'autrui affectait le comportement d'un sujet envers autrui alors même que le solliciteur n'était pas la personne qui lui avait souri précédemment. Solomon, Zener-Solomon, Arnone, Maur, Reda et Roth (1981) demandaient ainsi à une femme-compère de sourire ou de ne pas sourire (condition contrôle) à une femme attendant un ascenseur dans un centre commercial. Au moment où ces deux personnes rentraient dans l'ascenseur survenait une deuxième femme compère. Alors que l'ascenseur repartait, ce second compère demandait un renseignement sur l'étage où se trouvait le rayon maroquinerie. Le premier compère avait pour instruction de ne rien faire afin de voir comment le sujet réagissait. Les résultats montreront que lorsque le premier compère a souri au sujet, 70 % des sujets ont donné l'information au secnd compère alors qu'ils n'ont été que 35 % en condition contrôle. De fait, ici, on le voit, le demandeur de la requête n'était pas celui ayant dispensé le comportement nonverbal. Pourtant, cela induit plus d'aide. On ne peut donc expliquer ce résultat en raison d'une perception plus positive du demandeur alors qu'une induction d'une humeur positive peut expliquer cet effet puisque l'on sait qu'un tel état est un facilitateur de l'aide à autrui. De la même manière que Solomon *et al.* (1981), Guéguen (soumis *a*) a montré que le sourire peut

induire plus d'aide envers autrui alors que celui qui sourit n'est pas celui qui sollicite. Cet effet a été mis en évidence dans le cas d'une aide implicite. Dans cette recherche, des compères, hommes et femmes, se tenaient sur un escalator montant et avaient pour instruction soit de regarder dans les yeux, soit de regarder dans les yeux et de sourire à une personne arrivant en face sur un escalator descendant. Les deux appareils étaient côte à côte ce qui permettait aisément ce genre de manipulation. Alors que le sujet arrivait en bas, un second compère se plaçait deux mètres devant lui et, « accidentellement », faisait tomber un paquet de disquettes informatiques lesquelles s'éparpillaient par terre autour du compère. Celui-ci, sans regarder le sujet, se baissait alors pour les ramasser. Comme précédemment, on observera que lorsque le premier compère a souri aux sujets, ceux-ci ont été plus nombreux à aider le second compère (30 %) que lorsque ce comportement non verbal n'avait pas été produit (20 %). Ici encore, seul un effet d'induction d'une humeur positive pourrait expliquer le comportement du sujet. Vraisemblablement, le sourire aurait induit une humeur positive chez le sujet : humeur positive qui, en retour, l'a conduit à apporter plus favorablement son aide à autrui.

■ *Le sourire rendrait autrui plus familier*

Comme l'a montré la recherche en psychologie sociale, la familiarité engendre l'aide. Ainsi, Gaertner et Bickman (1971) ont montré qu'une personne aide plus favorablement une personne de sa propre couleur de peau qu'une personne d'une autre couleur. Cet effet a été mis en évidence à plusieurs reprises et s'observe indépendamment des caractéristiques sociales des personnes (Bickman et Kamzam 1973 ; Wegner et Crano, 1975). Indépendamment de la race, on aide également plus favorablement quelqu'un de son propre milieu social (Goodman et Gareis, 1993). Des caractéristiques vestimentaires identiques suffisent à induire plus d'aide (Keasey et Keasey, 1971 ; Suedfeld, Bochner et Matas, 1971). Une situation de total anonymat peut conduire à plus d'aide pour peu que le solliciteur soit rendu un peu plus familier au sujet. Ainsi, Guéguen, Le Dreff et Pichot (sous presse) ont montré que lorsque l'on manipule l'adresse électronique d'un solliciteur sur le Web de telle manière que celui-ci possède ou ne possède pas le même nom de famille que sa cible, cela induit plus d'acceptation à une requête consistant à répondre à un questionnaire.

L'ensemble de ces recherches atteste bien du lien positif entre familiarité et aide. Aussi, il est possible que ce facteur de familiarité explique l'effet du toucher sur l'aide. Une recherche de Baudoin, Gilibert, Sansone et Tiberghien a en effet montré que le sourire conduit à rendre une personne plus familière. Ces chercheurs ont présenté des visages de personnes célèbres ou de personnes totalement inconnues à des sujets. Selon le cas, un sourire apparaissait ou pas sur les photos présentées. Les sujets devaient évaluer le score de familiarité de chaque cible. Les résultats montreront que

le sourire induit plus de familiarité mais uniquement lorsque le visage est inconnu. Or, rappelons que dans les expériences présentées, les solliciteurs étaient totalement étrangers des sujets. De fait, le sourire rendant les solliciteurs plus familiers, cela pourrait expliquer l'aide plus importante qui leur a été accordée ou le plus fort taux de soumission à leurs requêtes.

On a donc pu observer, dans cette dernière partie, que le comportement non verbal le plus banal induit également plus de soumission à une requête implicite ou explicite. Les explications théoriques que nous venons de voir pour tenter d'expliquer cet effet demeurent incertaines à ce stade en raison, notamment, du manque de recherches. Pour l'heure, elles ne sont qu'au stade d'hypothèses théoriques. En outre, on peut voir que si des effets du sourire sur les cognitions ou les émotions sont mis en évidence, on ne peut tout expliquer à l'aide d'un seul processus. Par exemple, l'hypothèse d'une familiarité ou l'hypothèse d'une évaluation plus positive de la personne qui nous sourit ne peut expliquer pourquoi le sourire de quelqu'un nous conduit plus favorablement à aider quelqu'un d'autre. Pourtant, nous avons des preuves empiriques que le sourire conduit à évaluer la cible comme plus familière et à la juger plus positivement. Il semble que, dans ce domaine comme dans le cas des autres comportements non verbaux présentés, il conviendra, à l'avenir, de se focaliser sur des travaux permettant d'évaluer ces différentes hypothèses théoriques.

BIBLIOGRAPHIE

ABRAHAMS M., BELL R. (1994). « Encouraging charitable contributions : An examination of three models of door-in-the-face compliance », *Communication Research*, *21*, 131-153.

ADAMS J. (1965). « Inequity in social exchange », *in* L. Berkowitz (éd.), *Advances in experimental social psychology*, vol. 2, New York, Academic Press, 267-299.

AINSCOUGH T. et MOTLEY C. (2000). « Will you help me please ? The effects of race, gender and manner of dress on retail service », *Marketing Letters*, *11*, 129-136.

ALAGNA F., WHITCHER S., FISHER J. et WICAS E. (1979). « Evaluative reaction to interpersonal touch in a counseling interview », *Journal of Counseling Psychology*, *26*, 465-472.

ALBERS D. (2001). « Nonverbal immediacy in the classroom », manuscrit en ligne, disponible sur : http://clearinghouse.mwsc.edu/manuscripts

ALLEN C., SCHEWE C. et WIJK G. (1980). « More on self-perception theory's foot technique in the pre-call/mail survey setting », *Journal of Marketing Research*, *17*, 498-502.

ALLEN J. et SHAW D. (1990). « Teachers' communication behaviors and supervisors' evaluation of instruction in elementary and secondary classrooms », *Communication-Education*, *39*, 308-322.

ALTEMEYER B. (1988). *Enemies of freedom : Understanding right-wing authoritarianism*, San Francisco, Jossey-Bass.

ANCONA L. et RAREYSON R. (1968). « Contributo allo studio della aggressione : La dinamica della obbedienza distruttiva », *Archivio di psichologia, neurologia e psichiatra*, *29*, 340-372.

ANDERSEN P. (1988). « Explaining intercultural differences in nonverbal communication », *in* L. Samovar et E. Porter (éd.), *Intercultural Communication : A Reader*, Belmont, Wadsworth, 272-281.

ARENDT H. (1966). *Eichmann à Jérusalem : rapport sur la banalité du mal*, Paris, Gallimard.

ARGYLE M., LEVEBRE L. et COOK M. (1974). « The meaning of five pattern of gaze », *European Journal of Social Psychology, 4*, 125-136.

ARKES H. et BLUMER C. (1985). « The psychology of sunk cost », *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 35*, 124-140.

ASCH S. (1951). « Effects of group pressure upon the modification and distortion of judgements », *in* H. Guetzkow (éd.), *Groups, leadership and men*, Pittsburgh, Carnegie Press, 117-190.

ASCH S. (1956). « Studies of independence and conformity : A minority of one against a unanimous majority », *Psychological Monographs, 70*, n° 9.

ASSAEL H. (1987). *Consumer behavior and marketing action*, Boston, Kent.

ASTRÖM J. (1994). « Introductory greeting behavior : A laboratory investigation of approaching and closing salutation phases », *Perceptual and Motor Skills, 79*, 939-956.

AUNE K. et BASIL M. (1994). « A relational approach to the foot-in-the-mouth effect », *Basic and Applied Social Psychology, 24*, 546-556.

BACORN C. et DIXON D. (1984). « The effects of touch on depressed and vocationally undecided clients », *Journal of Counseling Psychology, 31*, 488-496.

BAER R., GOLDMAN M. et JUHNKE R. (1977). « Factors affecting prosocial behavior », *The Journal of Social Psychology, 103*, 209-219.

BARNHOUSE T. (1998). « A study on the effects of touch and impression formation », manuscrit en ligne, disponible sur : http://clearinghouse.-mwsc.edu/manuscripts

BARON R. (1971). « Behavioral effects of interpersonal attraction : Compliance with request from liked and disliked others », *Psychonomic Science, 25*, 325-346.

BARON R. (1997). « The sweet smell of… helping : Effects of pleasant ambient fragrance on prosocial behavior in shopping mall », *Personality and Social Psychology Bulletin, 23*, 498-503.

BATSON D., COKE J., CHARD F., SMITH D. et TALAFERRO A. (1979). « Generality of the “glow of goodwill” : Effects of mood on helping and information acquisition », *Social Psychology Quaterly*, 42, 176-179.

BAUDOIN J.-Y., GILIBERT D., SANSONE S. et TIBERGHIEN G. (2000). « When smile is a cue to familiarity », *Memory, 8*, 285-292.

BAUMRIND D. (1964). « Some thoughts on ethics of research : After reading Milgram’s “Behavioral study of obedience” », *American Psychologist, 19*, 421-423.

BEAMAN A., COLE M., PRESTON M., KLENTZ B. et MEHRKENS-STEBLAY N. (1983). « Fifteen years of foot-in-the-door research : A meta-analysis », *Personality and Social Psychology Bulletin, 9*, 181-196.

BEAMAN A., STEBLAY N., PRESTON M. et KLENTZ B. (1988). « Compliance as a function of elapsed time between first and second request », *The Journal of Social Psychology, 128*, 233-243.

BECKER H. (1956). *Man on reciprocity*, New York, Praeger.

BEFU H. (1980). « Structural and motivational approaches to social exchange », *in* K. Gergen, M. Gergen et R. Willis (éd.), *Social exchange : advances in theory and research*, New York, Plenum, 124-197.

BELL R., CHOLERTON M., DAVISON V., FRACZEK K. et LAUTER H. (1996). « Making health communication self-funding : effectiveness of pregiving in an aids fundraising/education campaign », *Health Communication*, *8*, 331-352.

BELL R., CHOLERTON M., FRACZEK K., ROHLFS G. et SMITH B. (1994). « Encouraging donations to charity : A field study of competing and complementary factors in tactic sequencing », *Western Journal of Communication*, *58*, 98-115.

BEM D. (1972). « Self-perception theory », *in* L. Berkowitz (éd.), *Advances in experimental social psychology*, vol. 6, New York, Academic, 1-62.

BICKMAN L. (1971). « The effect of social status on the honesty of others », *The Journal of Social Psychology*, *85*, 87-92.

BICKMAN L. (1975). « Bystander intervention in a crime : The effects of a mass-media campaign », *Journal of Applied Social Psychology*, *5*, 296-302.

BICKMAN L. et KAMZAN M. (1973). « The effect of race and need on helping behavior », *The Journal of Social Psychology*, *89*, 73-77.

BIZMAN A., YININ Y., RONCO B. et SCHACHAR T. (1980). « Regaining self-esteem through helping behavior », *The Journal of Psychology*, *105*, 203-209.

BLASS T. (1991). « Understanding behavior in the Milgram obedience experiment : The role of personality, situations, and their interactions », *Journal of Personality and Social Psychology*, *60*, 398-413.

BLASS T. (1996). « Attribution of responsibility and trust in the Milgram obedience experiment », *Journal of Applied Social Psychology*, *26*, 1529-1535.

BLASS T. (1999*a*). *Obedience to authority : Current perspectives on the Milgram paradigm*, Mahwah, Lawrence Erlbaum.

BLASS T. (1999*b*). « The Milgram paradigm after 35 years : Some things we now know about obedience to authority », *Journal of Applied Social Psychology*, *29*, 955-978.

BLAU P. (1964). *Exchange and power in social life*, New York, Wiley.

BLEVINS G. et MURPHY T. (1974). « Feeling good and helping : Further phonebooth findings », *Psychological Reports*, *34*, 326.

BLOOM P. (1998). « A field experiment using the foot-in-the-door technique to recruit teen smokers to smoking cessation programs », *Social Marketing Quaterly*, *15*, 1-4.

BOCK D. et WARREN N. (1972). « Religious belief as a factor in obedience to destructive commands », *Review of Religious Research*, *13*, 185-191.

BORDEN R. et HOMLEID G. (1978). « Handedness and lateral positioning in heterosexual couples : Are men still strong-arming women », *Sex-Roles*, *4*, 67-73.

BOURNONVILLE C. (2000). « Le rôle des stratégies identitaires sur le phénomène du Pied-dans-la-Porte », *Direction et Gestion*, *180-181*, 67-77.

BRANT W. (1980). « The effects of race and social distance on obedience », *The Journal of Social Psychology*, *112*, 229-235.

BRECHNER K., SHIPPEE G. et OBITZ F. (1976). « Compliance techniques to increased mailed questionnaire return rates from alcoholics », *Journal of Studies on Alcohol*, *37*, 995-996.

BREHM P. (1966). *A theory of psychological reactance*, New York, Academic Press.

BROCKNER J., PRESSMAN B., CABITT J. et MORAN P. (1982). « Nonverbal intimacy, sex, and compliance : A field study », *Journal of Nonverbal Behavior, 6*, 253-258.

BROCKNER J., SHAW M. et RUBIN J. (1979). « Factors affecting withdrawal from an escalating conflict : Quitting before it's too late », *Journal of Experimental Social Psychology, 15*, 492-503.

BROOKS C., CHURCH M. et FRASER L. (1986). « Effects of duration of eye contact on judgements of personality characteristics », *The Journal of Social Psychology, 126*, 71-78.

BROWN R. (1965). *Social psychology*, New York, The Free Press.

BROWNSTEIN R. et KATZEV R. (1985). « The relative effectiveness of three techniques in eliciting donations to a cultural organization », *Journal of Applied Social Psychology, 15* (6), 564-574.

BULL R. et GIBSON-ROBINSON E. (1981). « The influence of eye-gaze, style of dress, and locality on the amounts of money donated to a charity », *Human Relations, 34*, 895-905.

BURGER J. (1986). « Increasing compliance by improving the deal : The that's-not-all technique », *Journal of Personality and Social Psychology, 51*, 277-283.

BURGER J. (1999). « The foot-in-the-door compliance procedure : A multiple-process analysis and review », *Personality and Social Psychology Review, 3*, 303-325.

BURGER J., HORITA M., KINOSHITA L., ROBERTS K. et VERA C. (1997). « Effects of time on the norm of reciprocity », *Basic and Applied Social Psychology, 19*, 91-100.

BURGER J. et PETTY R. (1981). « The low-ball compliance technique : Task or person commitment », *Journal of Personality and Social Psychology, 40*, 492-500.

BURGER J., REED M., DECESARE K., RAUNER S. et ROZOLIS J. (1999). « The effect of initial request size on compliance : More about the that's-not-all technique », *Basic and Applied Social Psychology, 21*, 343-249.

BURGOON J. (1991). « Relational message interpretation of touch, conversational distance, and posture », *Journal of Nonverbal Behavior, 15*, 223-258.

BURGOON J. et KOPER V. (1984). « Nonverbal and relational communication associated with reticence », *Human Communication Research, 10*, 601-626.

BURGOON J., WALTHER J. et BAESLER E. (1992). « Interpretations, evaluations and consequences of interpersonal touch », *Human Communication Research, 19*, 237-263.

BURKE N. (2001). *The effect of gender on the personality characteristics assigned to various facial expressions*, manuscrit en ligne, disponible sur : http://clearinghouse.mwsc.edu/manuscripts

BURLEY P. et MC GUINNESS J. (1977). « Effects of social intelligence on the Milgram paradigm », *Psychological Reports, 40*, 767-770.

BUSHMAN B. (1984). « Perceived symbols of authority and their influence on compliance », *Journal of Applied Social Psychology, 14*, 501-508.

BUSHMAN B. (1988). « The effects of apparel on compliance : A field experiment with a female authority

figure », *Personality and Social Psychology Bulletin, 14*, 459-467.

CANN A. (1991). « Stereotypes about physical and social characteristics based on social and professional competence information », *The Journal of Social Psychology, 131*, 225-231.

CANN A., SHERMAN S. et ELKES R. (1975). « Effects of initial request size and timing of a second request on compliance : The foot-in-the-door and the door-in-the-face », *Journal of Personality and Social Psychology, 32*, 774-782.

CANTRILL J. (1991). « Inducing health care voluntarism through sequential requests : Perceptions of effort and novelty », *Health Communication, 3*, 59-74.

CAPRONI V., LEVINE D., O'NEAL E., MCDONALD P. et GARWOOD G. (1977). « Seating position, instructor's eye contact availability, and student participation in a small seminar », *The Journal of Social Psychology, 103*, 315-316.

CARY M. (1978). « The role of gaze in the initiation of conversation », *Social Psychology, 41*, 269-271.

CASTRO D. (1995). « Théorie de l'engagement et insertion professionnelle », *Connexions, 65*, 159-176.

CHAIKIN A., DERLEGA V., YODER J. et PHILLIPS D. (1974). « The effects of appearance on compliance », *The Journal of Social Psychology, 92*, 199-200.

CHAPELL M., BELTRAN W., SANTANELLO M., TAKAHASHI M., BANTOM S., DONOVAN J., HERNANDEZ S., OCULATO T. et RAY N. (1999). « Men and women holdings hands : II. Whose hand is uppermost ? », *Perceptual and Motor Skills, 89*, 537-549.

CHAPLIN W., PHILLIPS J., BROWN J., CLANTON N. et STEIN J. (2000). « Handshaking, gender, personality, and first impressions », *Journal of Personality and Social Psychology, 79*, 110-117.

CHARTRAND T., PINCKERT S. et BURGER J. (1999). « When manipulation backfires : The effects of time delay and requester on the foot-in-the-door technique », *Journal of Applied Social Psychology, 29*, 211-221.

CHERTKOFF J. et CONLEY M. (1967). « Opening offer and frequency of concession as bargaining strategies », *Journal of Personality and Social Psychology, 7*, 185-193.

CHRISTOPHEL D. (1990) « The relationships among teacher immediacy behaviors, student motivation, and learning », *Communication-Education, 39*, 323-340.

CIALDINI R. (1990). *Influence et manipulation*, Paris, First.

CIALDINI R. et ASCANI K. (1976). « Test of a concession procedure for inducing verbal, behavioral and further compliance with a request to give blood », *Journal of Applied Psychology, 61*, 295-300.

CIALDINI R., CACIOPPO J., BASSET R. et MILLER J. (1978). « Low-Ball procedure for producing compliance : Commitment then cost », *Journal of Personality and Social Psychology, 36*, 463-476.

CIALDINI R. et SCHROEDER D. (1976). « Increasing compliance by legitimizing paltry contributions : when even a penny helps », *Journal of Personality and Social Psychology, 34*, 599-604.

CIALDINI R., VINCENT J., LEWIS S., CATALAN J., WHEELER D. et LEE DARBY B. (1975). « Reciprocal concessions procedure for inducing

compliance : The door-in-the-face technique », *Journal of Personality and Social Psychology, 31*, 206-215.

CIALDINI R., WOSINKA W., BARRETT D., BUTNER J. et GORNIK-DUROSE M. (1999). « Compliance with a request in two cultures : The differential influence of social proof and commitment/consistency on collectivists and individualists », *Personality and Social Psychology Bulletin, 25*, 1242-2453.

CLARK M. et WADDELL B. (1986). « Effects of mood on thoughts about helping, attraction and information acquisition », *Social Psychology Quaterly, 56*, 31-35.

CLEMENTS J. et TRACY D. (1977). « Effects of touch and verbal reinforcement on the classroom behaviour of emotionally disturbed boys », *Exceptional Children, 37*, 553-554.

COMER J., KARDES F. et SULLIVAN A. (1992). « Multiple descalating requests, statistical information, and compliance : A field experiment », *Journal of Applied Social Psychology, 22*, 1199-1207.

COSTANZO E. (1976). « The effect of probable retaliation and sex related variables on obedience », *Dissertation Abstracts International, 37*, 4 214 B.

CRANO W. et SIVACEK J. (1982). « Social reinforcement, self-attribution and the foot-in-the-door phenomenon », *Social Cognition, 1*, 110-125.

CRUSCO A. et WETZEL C. (1984). « The midas touch : The effects of interpersonal touch on restaurant tipping », *Personality and Social Psychology Bulletin, 10*, 512-517.

CUNNINGHAM M. (1979). « Weather, mood and helping behavior : Quasi experiments with the sunshine Samaritan », *Journal of Personality and Social Psychology, 37*, 1947-1956.

DABBS J. (1997). « Testosterone, smiling, and facial appearance », *Journal of Nonverbal Behavior, 21*, 45-55.

DEJONG W. (1981). « Consensus information and the foot-in-the-door effect », *Personality and Social Psychology Bulletin, 7*, 423-430.

DENENBERG V. et ROSENBERG K. (1961). « Nongenetic transmission of information », *Nature, 216*, 549-550.

DESANTIS M. et NATHAN S. (2000). « Women smiled more often and openly than men when photographed for a pleasant, public occasion in 20th Century United States Society », *Psychology : A Journal of Human Behavior, 37*, 21-31.

DIEKMAN A., JUNGBAUER-GANS M., KRASSNIG H. et LORENZ S. (1996). « Social status and aggression : A field study analysed by survival analysis », *The Journal of Social Psychology, 136*, 761-768.

DILLARD J. (1990). « Self-inference and the foot-in-the-door technique : Quantity of behavior and attitudinal mediation », *Human Communication Research, 16*, 422-447.

DILLARD J. et HALE J. (1992). « Prosocialness and sequential request compliance techniques : Limits to the foot-in-the-door and the door-in-the-face », *Communications Studies, 43*, 220-232.

DILLARD J., HUNTER J. et BURGOON M. (1984). « Sequential-request persuasive strategies : Meta-analysis of foot-in-the-door and door-in-the-face », *Human Communication Research, 10*, 461-488.

DODD D., RUSSELL B. et JENKINS C. (1999). « Smiling in school yearbook photos : Gender differences from

kindergarten to adulthood », *The Psychological Record*, *49*, 543-554.

DOLIN D. et BOOTH-BUTTERFIELD S. (1995). « Foot-in-the-door and cancer prevention », *Health Communication*, *7*, 55-66.

DOLINSKI D. (2000). « On inferring one's beliefs from one's attempt and consequences for subsequent compliance », *Journal of Personality and Social Psychology*, *78*, 260-272.

DOLINSKI D., NAWRAT M. et RUDAK I. (2001). « Dialogue involvement as a social influence technique », *Personality and Social Psychology Bulletin*, *27*, 1395-1406.

DOOB A. et GROSS A. (1968). « Status of frustator as an inhibitor of horn-honking responses », *The Journal of Social Psychology*, *76*, 213-218.

DOOB A. et ZABRACK M. (1971). « The effect of freedom-threatening instructions and monetary inducement on compliance », *Canadian Journal of Behavioural Science*, *3*, 408-412.

DOVIDIO J. et ELLYSON S. (1982). « Decoding visual dominance : Attributions of power base on relative percentages of looking while speaking and looking while listening », *Social Psychology Quaterly*, *45*, 106-113.

DRONEY J. et BROOKS C. (1993). « Attributions of self-esteem as a function of duration of eye contact », *The Journal of Social Psychology*, *133*, 715-722.

DURANA C. (1998). « The use of touch in psychotherapy : Ethical and clinical guidelines », *Pychotherapy*, *35*, 269-280.

EATON M., MITCHELL-BONAIR I. et FRIEDMANN E. (1986). « The effect of touch on nutritional intake of chronic organic brain syndrome patients », *Journal of Gerontology*, *41*, 611-616.

EDWARDS D., FRANKS P., FRIEDGOOD D., LOBBAN G. et MACKAY H. (1969). *An experiment on obedience*, unpublished student report, University of Witwatersrand, Johannesburg, South Africa.

EISENBERG N., CIALDINI R., MCCREATH H. et SHELL R. (1989). « Consistency-based compliance in children : When and why do consistency procedures have immediate effects ? », *International Journal of Behavioural Development*, *12*, 351-367.

ELLSWORTH P. et CARLSMITH J. (1968). « Effects of eye contact and verbal content on affective response to a dyadic interaction », *Journal of Personality and Social Psychology*, *10*, 15-20.

ELLSWORTH P. et LANGER E. (1976). « Staring and approach : An interpretation of the stare as a nonspecific activator », *Journal of Personality and Social Psychology*, *33*, 117-122.

ELMS A. et MILGRAM S. (1966). « Personality characteristics associated with obedience and defiance toward authoritative command », *Journal of Experimental Research in Personality*, *1*, 282-289.

EVEN-CHEN M., YINON Y et BIZMAN A. (1978). « The door-in-the-face technique : Effects of size of the initial request », *European Journal of Social psychology*, *8*, 135-140.

FERN E., MONROE K. et AVILA R. (1986). « Effectiveness of multiple request strategies : A synthesis of research results », *Journal of Marketing Research*, *23*, 144-152.

FIELD T. (1998). « Touch therapy effects on development », *International Journal of Behavioral Development*, *22*, 779-797.

FIELD T. (1999). « Preschoolers in America are touched less and are more aggressive than pre-schoolers in France », *Early Childhood Development and Care*, *151*, 11-17.

FISCHER-LOKOU J. et GUÉGUEN N. (1997). « Processus d'influence dans la situation de médiation et modèle de la conversion minoritaire », *Les Cahiers internationaux de psychologie sociale*, *35*, 12-29.

FISCHER-LOKOU J. et GUÉGUEN N. (2000). « L'effet d'influence du toucher dans un contexte de négociation », *CNR'IUT 2000 : Recherche et Innovation,* Orléans, Presses universitaires d'Orléans, 477-486.

FISCHER-LOKOU J. et GUÉGUEN N. (soumis). « Influence du toucher dans la situation de médiation », *Cahiers internationaux de psychologie sociale*.

FISH B. et KAPLAN K. (1974). « Does a foot-in-the-door get you in or out ? », *Psychological Reports*, *34*, 35-42

FISHER L. et JOSEPH D. (1989). « A scale to measure attitudes toward nonprocedural touch », *The Canadian Journal of Nursing Research*, *21*, 5-14.

FISHER J., RYTTING M. et HESLIN R. (1976). « Hands touching hands : Affective and evaluative effects on interpersonal touch », *Sociometry*, *39*, 416-421.

FITZSIMMONS J. et MAURER G. (1991). « A walk-through audit to improve restaurant performance », *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quaterly*, *30-31*, 95-99.

FOEHL J. et GOLDMAN M. (1983). « Increasing altruistic behavior by using compliance technique », *The Journal of Social Psychology*, *119*, 21-29.

FOINTIAT V. (2000). « "Foot-in-the-mouth" *versus* "door-in-the-face" requests », *The Journal of Social Psychology*, *140*, 264-266.

FORDEN C. (1981). « The influence of sex-role expectations on the perception of touch », *Sex-Roles*, *7*, 889-894.

FORGAS J. (1997). « Affect and strategic communication : The effects of mood on the production and interpretation of verbal requests », *Polish Psychological Bulletin*, *28*, 145-173.

FORGAS J. (1998). « Asking nicely ? The effects of mood on responding to more or less polite request », *Personality and Social Psychology Bulletin*, *24*, 173-185.

FOSS R. et DEMPSEY C. (1979). « Blood donation and the foot-in-the-door technique : A limiting case », *Journal of Personality et Social Psychology*, *37*, 580-590.

FREEDMAN J. et FRASER S. (1966). « Compliance without pressure : The foot-in-the-door technique », *Journal of Personality and Social Psychology*, *4*, 195-202.

FRENCH S. (1997). « Parents : Devil's seed », *The Guardian*, 21 mai, 24.

FURSE D., STEWART D. et RADOS D. (1981). « Effects of foot-in-the-door, cash incentives, and follow-ups on survey response », *Journal of Marketing Research*, *18*, 473-478.

GAERTNER S. et BICKMAN L. (1971). « Effects of race on the elicitation of helping behavior : The wrong number technique », *Journal of Personality and Social Psychology*, *20*, 218-222.

GALIZIO M. et HENDRICK C. (1972). « Effect of musical accompaniment on attitude : The guitar as a prop for persuasion », *Journal of Applied Social Psychology*, 2, 350-359.

GARLAND H. (1990). « Throwing good money after bad : The effect of sunk

cost on the decision to escalate commitment to an ongoing project », *Journal of Applied Psychology, 75*, 728-731.

GARRITY K. et DEGELMAN D. (1990). « Effect of server introduction on restaurant tipping », *Journal of Applied Social Psychology, 20,* 168-172.

GEFLAND D., HARTMAN D., WALDER P. et PAGE B. (1973). « Who reports shoplifters ? A field-experimental study », *Journal of Personality and Social Psychology, 25,* 276-285.

GELLER D. (1978). « Involvement in role-playing simulations : A demonstration with studies on obedience », *Journal of Personality and Social Psychology, 36*, 219-235.

GIRANDOLA F. (1999). « L'escalade d'engagement : bilan des recherches », *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale, 42*, 13-33.

GOFFMAN E. (1971). *Relations in public : Micro studies of the public order*, New York, Basic Books.

GOLDMAN M. (1986). « Compliance employing a combined foot-in-the-door and door-in-the-face procedure », *The Journal of Social Psychology, 126,* 111-116.

GOLDMAN M., BROLL R. et CARRIL R. (1983). « Requests for help and prosocial behavior », *The Journal of Social Psychology, 119*, 55-59.

GOLDMAN M. et CREASON C. (1981). « Inducing compliance by a two-door-in-the-face procedure and a self-determination request », *The Journal of Social Psychology, 114*, 229-235.

GOLDMAN M., CREASON C. et MCCALL C. (1981). « Compliance employing a two-feet-in-the-door procedure », *The Journal of Social Psychology, 114*, 259-265.

GOLDMAN M. et FORDYCE J. (1983). « Prosocial behavior as affected by eye contact, touch, and voice expression », *The Journal of Social Psychology, 121*, 125-129.

GOLDMAN M., GIER J. et SMITH D. (1981). « Compliance as affected by task difficulty and order of tasks », *The Journal of Social Psychology, 144*, 75-83.

GOLDMAN M., KIYOHARA O. et PFANNENSTEIL D. (1985). « Interpersonal touch, social labeling and the foot-in-the-door effect », *The Journal of Social Psychology, 152*, 143-147.

GOLDMAN M., MCVEIGH J. et RICHTERKESSING J. (1984). « Door-in-the-face procedure : Reciprocal concession, perceptual contrast, or worthy person », *The Journal of Social Psychology, 123*, 245-251.

GOLDMAN M., SEEVER M. et SEEVER M. (1982). « Social labeling and the foot-in-the-door effect », *The Journal of Social Psychology, 117*, 19-23.

GOODMAN M. et GAREIS K. (1993). « The influence of status on decision to help », *The Journal of Social Psychology, 133*, 23-31.

GORASSINI D. et OLSON J. (1995). « Does self-perception change explain the foot-in-the-door effect ? », *Journal of Personality and Social Psychology, 69*, 91-105.

GOULDNER A. (1960). « The norm of reciprocity : A preliminary statement », *American Sociological Review, 25*, 161-178.

GREEN P. et GILES H. (1973). « Reactions to a stranger as a function of dress style : The tie », *Perceptual and Motor Skills, 37*, 676.

GREENWALD A., CARNOT C., BEACH R. et YOUNG B. (1987). « Increasing voting behavior by asking people if they

expect to vote », *Journal of Applied Psychology, 72,* 315-318.

GROSS A., WALLSTON B. et PILIAVIN I. (1975). « Beneficiary attractiveness and cost as determinants of responses to routine requests help », *Sociometry, 38,* 131-140.

GROVES R. et MAGILAVY L. (1981). « Increasing response rates to telephone surveys : A door-in-the-face for foot-in-the-door ? », *Public Opinion Quaterly, 45,* 346-358.

GRUSEC J., KUCZYNSKI L., RUSHTON J. et SIMUTATIS Z. (1978). « Modeling, direct instruction, and attributions : Effects on altruism », *Developmental Psychology, 14,* 51-57.

GUÉGUEN N. (2001*a*). « Toucher et soumission à une requête : réplications expérimentales en situation naturelle et évaluation de l'impact du statut », *Revue internationale de psychologie sociale, 14*. 113-158.

GUÉGUEN N. (2001*b*). « Effect of humor on hitch hiking : A field experiment », *North American Journal of Psychology, 3*. 369-376.

GUÉGUEN N. (2001*c*). « Social labeling and compliance : The effect of the link between the label and the request's object », *Social Behavior and Personality : An International Journal, 29,* 743-748.

GUÉGUEN N. (2001*d*). « L'effet d'influence du toucher sur le comportement du consommateur : 2 illustrations expérimentales en extérieur », *Direction et Gestion : la Revue des sciences de gestion, 190-191,* 123-132.

GUÉGUEN N. (2002). « Foot-in-the-door and computer-mediated communication », *Computers in Human Behavior, 18,* 11-15.

GUÉGUEN N. (sous presse *a*). « Encouragement non-verbal à participer en cours : l'effet du toucher », *Psychologie et Éducation*.

GUÉGUEN N. (sous presse *b*). « Kind of touch, gender and compliance to a request : A pilot study », *Studia Psychologica*.

GUÉGUEN N. (sous presse *c*). « Touch, awareness of touch and compliance to a request », *Perceptual and Motor Skills*.

GUÉGUEN N. (sous presse *d*). « Fund raising on the Web : The effect of an electronic door-in-the-face technique on compliance to a request », *Journal of Online Behavior.*

GUÉGUEN N. (sous presse *e*). « Status, apparel and touch : Their joint effects on compliance to a request », *North American Journal of Psychology.*

GUÉGUEN N. (sous presse *f*). « The effects of a joke on tipping when it is delivered at the same time as the bill », *Journal of Applied Social Psychology.*

GUÉGUEN N. (soumis *a*). « The effect of smile on helping : When smile leads somebody to become the Good Samaritan », *Psychonomic Bulletin and Review.*

GUÉGUEN N. (soumis *b*). « The Effect of smile on hitch-hiking », *Psychological Reports*.

GUÉGUEN N. (soumis *c*). « L'influence d'un marquage social positif versus négatif sur l'aide à autrui : l'effet de correspondance des requêtes », *Bulletin de psychologie*.

GUÉGUEN N. et FISCHER-LOKOU J. (1999). « Sequential request strategy : Effect on donor generosity », *The Journal of Social Psychology, 139,* 669-671.

GUÉGUEN N. et FISCHER-LOKOU J. (2002). « An evaluation of touch on a large request : A field setting », *Psychological Reports, 90,* 267-269.

GUÉGUEN N. et JACOB C. (2002). « Fixed *versus* evasive glance and compliance with a request », *The Journal of Social Psychology, 142*, 393-396.

GUÉGUEN N., JACOB C. et LEGOHÉREL P. (2003). « Communica-tion médiatisée par ordinateur et sollicitation à une requête : une évaluation de l'efficacité de la technique du « Pied-dans-la-Porte » lors d'une interaction par e-mail ou sur un site Web », *Revue internationale de psychologie sociale*, *16*, 125-155.

GUÉGUEN N., LE DREFF G. et PICHOT N. (sous presse). « Similarity and helping behavior on the Web : The impact of the convergence of surnames between a solicitor and a solicitee in a request made by e-mail », *Journal of Applied Social Psychology.*

GUÉGUEN N. et LEGOHÉREL P. (2000). « Effect on barmen's tipping of drawing a sun on the bottom of customers'checks », *Psychological Reports*, *87*, 223-226.

GUÉGUEN N., LEGOUVELLO J., PASCUAL A., MORINEAU T. et JACOB C. (2002). « Request solicitation and semantic evocation of freedom : An evaluation in a computer-mediated communication context », *Perceptual and Motor Skills*, *95*, 208-212.

GUÉGUEN N. et PASCUAL A. (2000). « Evocation of freedom and compliance : The "but you are free of…" technique », *Current Research in Social Psychology, 5*, 264-270.

GUÉGUEN N. et PASCUAL A. (2002). « Effet du statut manifeste du voleur sur les réactions face à un comportement délictueux », *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*.

GUÉGUEN N. et PASCUAL A. (sous presse *a*). « Door-in-the-face technique and monetary solicitation : An evaluation in a field setting », *Psychological Reports*.

GUÉGUEN N. et PASCUAL A. (sous presse *b*). « Status and people tolerance against ill-mannered person : A field study », *Current Research in Social Psychology.*

GUÉGUEN N. et PASCUAL A. (sous presse *c*). « Reciprocity rules and compliance to a request : An experimental evaluation in a natural setting », *Psychology : A Journal of Human Behavior.*

GUÉGUEN N., PASCUAL A. et DAGOT L. (2001). « La technique du "Vous êtes libre de…" : L'impact du délai entre sollicitation et production de comportement attendu », 9e table ronde « Cognitions et conduites sociales », San Sebastian, 19-21 septembre 2001.

GUÉGUEN N., PASCUAL A. et DAGOT L. (2002). « The low-ball technique : An application in a field setting », *Psychological Reports*, *91*, 81-84.

GUÉGUEN N., PASCUAL A. et LADER S. (sous presse). « L'effet irradiant d'un engagement sur un comportement non directement sollicité : Une évaluation en situation naturelle », *Revue internationale de psychologie sociale*.

GUÉGUEN N. et PICHOT N. (2001). « The influence of status in the failure to observe a road safety rule among pedestrians », *The Journal of Social Psychology*, *141*, 413-415.

GUÉGUEN N. et TRIFFAUT J. (sous presse). « L'effet de persistance et de transfert d'une requête engageante : Une illustration en milieu naturel », *Revue internationale de psychologie sociale*.

HALL E. (1966). *The hidden dimension*, New York, Anchor Books/Doubleday.

HALL J. (1996). « Touch, status, and gender at professional meetings » *Journal of Nonverbal Behavior, 20*, 23-44.

HALL J. et VECCIA E. (1990). « More “touching” observations : New insights on men, women, and interpersonal touch », *Journal of Personality and Social Psychology, 59*, 1155-1162.

HAMLET C., AXELROD S. et KUERSCHNER S. (1984). « Eye contact as an antecedent to compliant behavior », *Journal of Applied Behavior Analysis, 17*, 553-557.

HANSEN R. et ROBINSON L. (1980). « Testing the effectiveness of alternative foot-in-the-door manipulations », *Journal of Marketing Research, 17*, 359-364.

HARITOS-FATOUROS M. (1988). « The official torturer : A learning model for obedience to the authority of violence », *Journal of Applied Social Psychology, 18*, 1107-1120.

HARLOW F. (1971). *Learning to love*, New York, Albion Publishing Co.

HARREL A. et GOLTZ W. (1980). « Effect of victim’s need and previous accusation of theft upon by stander’s reaction to theft », *The Journal of Social Psychology, 112*, 41-49.

HARRIS K. et CARNEVALE P. (1990). « Chilling and hastening : The influence of third-party power and interests on negotiation », *Organizational Behavior and Human Decision Process, 47*, 138-160.

HARRIS M. (1972). « The effects of performing one altruistic act on the likelihood of performing another », *The Journal of Social Psychology, 88*, 65-73.

HARRIS M. (1974). « Mediators between frustration and aggression in a field experiment », *Journal of Experimental Social Psychology, 10*, 561-571.

HARRIS M. et SAMEROTTE G. (1976). « The effects of actual and attempted theft, need and a previous favor on altruism », *The Journal of Social Psychology, 99*, 193-202.

HARRIS M. et SMITH R. (1975). « Mood and helping », *The Journal of Social Psychology, 91*, 215-221.

HAYES T., DWYER F., GREENWALT T. et COE N. (1984). « A comparison of two behavioral influence techniques for improving blood donor recrutment », *Transfusion, 24*, 399-403.

HENLEY N. (1973). « The politics of touch », *in* P. Brown (éd.), *Radical Psychology*, New York, Harper et Row.

HINSZ V. et TOMHAVE J. (1991). « Smile and (half) the world smiles with you, frown and you frown alone », *Personality and Social Psychology Bulletin, 17*, 586-592.

HOFLING C., BROTZMAN E., DALRYMPHE S., GRAVES N. et PIERCE C. (1966). « An experimental study in nurse-physician relationships », *The Journal of Nervous and Mental Disease, 143*, 171-180.

HOLLAND C. (1967). « Sources of variance in the experimental investigation of behavioral obedience », *Dissertation Abstracts International, 29*, 2802A.

HOLLINGER L. (1986). « Communicating with the elderly », *Journal of Gerontology Nursing, 12*, 8-13.

HOMANS G. (1961). « Social behavior as exchange », *American Journal of Sociology, 63*, 597-606.

HORNIK J. (1987). « The effect of touch and gaze upon compliance and

interest of interviewees », *The Journal of Social Psychology, 127,* 681-683.

HORNIK J. (1992*a*). « Effects of physical contact on customers'shopping time and behavior », *Marketing Letters, 3,* 49-55.

HORNIK J. (1992*b*). « Tactile stimulation and consumer response », *Journal of Consumer Research, 19,* 449-458.

HORNIK J., ZAIG T. et SHADMON D. (1991). « Reducing refusals in telephone surveys on sensitive topics », *Journal of Advertising Research, 31,* 49-56.

HOWARD D. (1988). « The effects of touch in the geriatric population », *Physical and Occupational Therapy in Geriatrics, 6,* 35-50.

HOWARD D. (1990). « The influence of verbal responses to common greetings on compliance behavior : The foot-in-the-mouth effect », *Journal of Applied Social Psychology, 20,* 1185-1196.

HOWERY T. et DOBBS D. (2000). *The effects of authority on the acceptance of misinformation,* manuscrit en ligne, disponible sur : http://clearinghouse.mwsc.edu/manuscripts

HUBBLE M., NOBLE F. et ROBINSON S. (1981). « The effect of counselor touch in an initial counseling session », *Journal of Counseling Psychology, 28,* 533-535.

HURLEY D. et ALLEN B. (1974). « The effect of the number of people present in a nonemergency situation », *The Journal of Social Psychology, 92,* 27-29.

IDASZAK J. et CARNEVALE P. (1989). « Third party power : Some negative effects of positive incentives », *Journal of Applied Psychology, 19,* 499-516.

ISEN A. et LEVIN P. (1972). « Effect of feeling good on helping », *Journal of Personality and Social Psychology, 21,* 384-388.

ISEN A. et SIMMONDS S. (1978). « The effect of feeling good on a helping task that is incompatible with good mood », *Social Psychology Quaterly, 41,* 346-349.

IVERSON M. (1968). « Attraction toward flatterers of different statuses », *The Journal of Social Psychology, 74,* 181-187.

JAASMA M. et KOPER R. (1999). « The relationship of student-faculty out-of-class communication to instructor immediacy and trust and to student motivation », *Communication-Education, 48,* 41-47.

JOB S. (1987). « The effect of mood on helping behavior », *The Journal of Social Psychology, 127,* 323-328.

JOULE R.-V. (1987). « Le Pied-dans-la-Porte : un paradigme à la recherche d'une théorie », *Psychologie française, 32,* 301-306.

JOULE R.-V. (1994). « Trois applications de la théorie de l'engagement », *in* G. Guingouain et F. Le Poultier (éds.), *À quoi sert aujourd'hui la psychologie sociale ?,* Rennes, Presses universitaires de Rennes, 11-22.

JOULE R.-V. (2001). « Honnêteté, étiquetage interne et Pied-dans-la-Porte », colloque « Psychologie sociale de la communication » : colloque en hommage à Rodolphe Ghiglione, Paris, 2-3 février.

JOULE R.-V. et BEAUVOIS J.-L. (1989). « Une théorie psychosociale : La théorie de l'engagement », *Recherche et Applications en marketing,* 4, 79-90.

JOULE R.-V. et BEAUVOIS J.-L. (1998). *La Soumission librement consentie,* Paris, PUF.

JOULE R.-V. et BEAUVOIS J.-L. (2002). *Petit Traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.

JOULE R.-V., GOUILLOUX F. et WEBER F. (1989). « The lure : A new compliance procedure », *The Journal of Social Psychology, 129*, 741-749.

JOULE R.-V., TAMBONI F. et TAFANI E. (2000). « Le Pied-dans-la-Porte avec étiquetage : une nouvelle procédure de soumission librement consentie ? », communication orale au 3e Congrès international de psychologie sociale en langue française, Valence, 19-21 septembre.

JOURARD S. (1966). « An exploratory study of body accessibility », *British Journal of Social and Clinical Psychology, 5*, 221-231.

JOURARD S. et FRIEDMAN R. (1970). « Experimenter-subject "distance" and self-disclosure », *Journal of Personality and Social Psychology, 15*, 278-282.

KAMINS M. (1989). « The enhancement of response rates to a mail survey through a labelled foot-in-the-door approach », *Journal of the Market Research Society, 31*, 273-283.

KATZEV R. et JOHNSON T. (1983). « A social-psychological analysis of residential electricity consumption : The impact of minimal justification techniques », *Journal of Economic Psychology, 3*, 267-284.

KAUFMAN D. et MAHONEY J. (1999). « The effect of waitresses' touch on alcohol consumption in dyads », *The Journal of Social Psychology, 139*, 261-267.

KAZDIN A. et KLOCK J. (1973). « The effect of nonverbal teacher approval on student attentive behaviour », *Journal of Applied Behavior Analysis, 6*, 643-654.

KEASEY C. et KEASEY C. (1971). *Straight and hip peace petitioners*, paper read at the meeting of the Eastern Psychological Association.

KEASEY C. et TOMLINSON-KEASEY C. (1973). « Petition signing in a naturalistic setting », *The Journal of Social Psychology, 89*, 313-314.

KELLY E. (1978). « Effects of counselor's eye contact on student-clients'perceptions », *Perceptual and Motor Skills, 46*, 627-632.

KENRICK D. et GUTIERRES S. (1980). « Contrasts effects and judgements of physical attractiveness : When beauty becomes a social problem », *Journal of Personality and Social Psychology, 38*, 131-140.

KIESLER C. (1971). *The psychology of commitment. Experiments liking behavior to belief*, New York, Academic Press.

KIESLER C. et SAKUMURA J. (1966). « A test of a model for commitment », *Journal of Personality and Social Psychology, 3*, 349-353.

KILHAM W. et MANN L. (1974). « Level of destructive obedience as a function of transmitter and executant roles in the Milgram obedience paradigm », *Journal of Personality and Social Psychology, 29*, 696-702.

KLEINFELD J. (1973). « Effects of nonverbally communicated personal warmth on the intelligence test performance of indian and eskimo adolescents », *The Journal of Social Psychology, 91*, 149-150.

KLEINKE C. (1977*a*). « Compliance to requests made by gazing and touching experimenters in field settings », *Journal of Experimental Social Psychology, 13*, 218-223.

KLEINKE C. (1977*b*). « Effects of dress on compliance to requests in a field

setting », *The Journal of Social Psychology, 101*, 223-240.

KLEINKE C. (1980). « Interaction between gaze and legitimacy of request on compliance in a field setting », *Journal of Nonverbal Behavior*, *5*, 3-12.

KLEINKE C. et SINGER D. (1979). « Influence of gaze on compliance with demanding and conciliatory request in a field setting », *Personality and Social Psychology Bulletin*, *5*, 376-390.

KLEINKE C., STANESKI R. et BERGER D. (1975). « Evaluation of an interviewer as a function of interviewer gaze, reinforcement of subject gaze and interviewer attractiveness », *Journal of Personality and Social Psychology*, *31*, 115-122.

KLEINKE C. et TAYLOR C. (1991). « Evaluation of opposite-sex person as a function of gazing, smiling, and forward lean », *The Journal of Social Psychology*, *131*, 451-453.

KLEINKE C. et WALTON J. (1982). « Influence of reinforced smiling on affective responses in an interview », *Journal of Personality and Social Psychology*, *42*, 557-565.

KLEINKE C. et WILLIAMS G. (1994). « Effects of interviewer status, touch, and gender on cardiovascular reactivity », *The Journal of Social Psychology*, *134*, 247-249.

KNACKSTEDT G. et KLEINKE C. (1991). « Eye contact, gender and personality judgements », *The Journal of Social Psychology*, *131*, 303-304.

KOHLBERG L. (1969). « Stage and sequence : The cognitive-developmental approach to socialization », *in* D. Goslin (éd.), *Handbook of socialization theory and research*, Chicago, Rand-McNally, 347-480.

KRAUT R. (1973). « Effects of social labeling on giving to charity », *Journal of Experimental Social Psychology*, *9*, 551-562.

KULIK J. et CARLINO P. (1987). « The effect of verbal commitment and treatment choice on medication compliance in a pediatring setting », *Journal of Behavioral Medicine*, *10*, 367-376.

LANDIS C. (1924). « Studies of emotional reactions : I. General behavior and facial expression », *Comparative Psychology*, *4*, 447-503.

LANGE-ALBERTS M. et SHOTT S. (1994). « Nutritional intake : Use of touch and verbal cuing », *Journal of Gerontological Nursing*, *8*, 152-155.

LARSEN K., COLEMAN D., FORBES J. et JOHNSON R. (1972). « Is the subject's personality or the experimental situation a better predictor of a subject's willingness to administer shock to a victim », *Journal of Personality and Social Psychology*, *22*, 287-295.

LARSEN K., COLEN L., VON FLUE D. et ZIMMERMAN P. (1974). « Situational pressure, attitudes toward blacks and laboratory aggression », *Social Behavior and Personality*, *2*, 219-221.

LARSEN K., LANCASTER L., LESH W., REDDING J., WHITE C. et LARSEN K. (1976). « Approval seeking, situational pressures and the willingness to administer shock to a victim », *The Journal of Social Psychology*, *99*, 87-95.

LATANÉ B. et DARLEY J. (1970). *The unresponsive bystander : why doesn't he help ?*, New York, Appleton-Century-Crofts.

LAU S. (1982). « The effect of smiling on person perception », *The Journal of Social Psychology*, *117*, 63-67.

LAUPA M. (1994). « "Who's in charge" : Pre-school children's concepts of

authority », *Early Childhood Research Quarterly, 9*, 1-17.

LEFFLER A., GILLEPSIE D. et CONATY J. (1982). « The effects of status differenciation on nonverbal behavior », *Social Psychology Quarterly, 45*, 153-161.

LEFKOWITZ M., BLAKE R. et MOUTON J. (1955). « Status factors in pedestrian violation of traffic signals », *Journal of Abnormal Social Psychology, 51*, 704-706.

LEVIN P. et ISEN A. (1975). « Further studies on the effect of feeling good on helping », *Sociometry*, 38, 141-147.

LEVINE B., MOSS K., RAMSEY P. et FLEISHMAN R. (1978). « Patient compliance with advice as a function of communicator expertise », *The Journal of Social Psychology, 104*, 309-310.

LINDSKOLD S., FORTE R., HAAKE C. et SCHMIDT E. (1977). « The effects of directeness of face-to-face requests and sex of solicitor on streetcorner donations », *The Journal of Social Psychology, 101*, 45-51.

LYNN M., LE J.-M. et SHERWYN D. (1998). « Reach out and touch your customers », *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quaterly, 39*, 60-65.

LYNN M., ZINKHAN G. et HARRIS J. (1993). « Consumer tipping : A cross-country study », *Journal of Consumer Research, 20*, 478-488.

MAJOR B. et HESLIN R (1982). « Perceptions of cross-sex and same-sex nonreciprocal touch : It is better to give than to receive », *Journal of Nonverbal Behavior, 6*, 148-162.

MANTELL D. (1971). « The potential for violence in Germany », *Journal of Social Issues, 27*, 101-112.

MARTIN J., LOBB M., CHAPMAN G. et SPILLANE R. (1976). « Obedience under condition demanding self-immolation », *Human Relations, 29*, 345-356.

MASON D. et ALLEN B. (1976). « The bystander effect as a function of ambiguity and emergency character », *Journal of Social Psychology, 100*, 145-146.

MAUSS (1966). *The gift*, Londres, Cohen et West.

MCCROSKEY J., SALLINEN A., FAYER J., RICHMOND V. et BARRACLOUGH R. (1996). « Nonverbal immediacy and cognitive learning : A cross-cultural investigation », *Communication-Education, 45*, 200-211.

MCELROY J. et MORROW P. (1994). « Personal space, personal appearance, and personal selling », *Psychological Reports, 74*, 425-426.

MCGILLICUDDY N., WELTON G. et PRUITT D. (1987). « Third party intervention : A field experiment comparing three different models », *Journal of Personality and Social Psychology, 53*, 104-112.

MCGINLEY H., MCGINLEY P. et NICHOLAS K. (1978). « Smiling, body position, and interpersonal attraction », *Bulletin of the Psychonomic Society, 12*, 21-24.

MEEKER R. et SHURE G. (1969). « Pacifist bargaining tactics : Some outsider influences », *Journal of Conflict Resolution, 13*, 487-493.

MEEUS W. et RAAIJMAKERS Q. (1986). « Administrative obedience : Carrying out orders to use psychological-administrative violence », *European Journal of Social Psychology, 16*, 311-324.

MEEUS W. et RAAIJMAKERS Q. (1995). « Obedience in modern society : The

Utrecht studies », *Journal of Social Issues*, *51*, 155-175.

MERHABIAN A. (1981). *Silent messages*, Belmont, CA, Wadsworth.

MILGRAM S. (1963). « Behavioral study of obedience », *Journal of Abnormal and Social Psychology*, *67*, 371-378.

MILGRAM S. (1964*a*). « Group pressure and action against a person », *Journal of Personality and Social Psychology*, *69*, 137-143.

MILGRAM S. (1964*b*). « Issues in the study of obedience : A reply to Baumrind », *American Psychologist*, *19*, 848-852.

MILGRAM S. (1965*a*). « Some conditions of obedience and disobedience to authority », *Human Relations*, *18*, 57-77.

MILGRAM S. (1965*b*). « Liberating effects of group pressure », *Journal of Personality and Social Psychology*, *1*, 127-134.

MILGRAM S. (1974). *Soumission à l'autorité*, Paris, Calmann-Lévy.

MILLAR M. (2001). « Promoting health behaviours with door-in-the-face : The influence of the beneficiary of the request », *Psychology, Health et Medicine*, *6*, 115-119.

MILLAR M. (2002). « The effectiveness of the door-in-the-face compliance strategy on friends and strangers », *The Journal of Social Psychology*, *142*, 295-304.

MILLER A. (1975). *The obedience experiments : A case study of controversy in social science*, New York, Praeger.

MILLER A., GILLEN B., SCHENKER C. et RADLOVE S. (1975). « The prediction and perception of obedience to authority », *Journal of Personality*, *42*, 23-42.

MILLER R., BRICKMAN P. et BOLEN D. (1975). « Attribution versus persuasion as a means for modifying behavior », *Journal of Personality and Social Psychology*, *31*, 430-441.

MILLER R. et SULS J. (1977). « Helping, self-attribution, and the size of an initial request », *The Journal of Social Psychology*, *103*, 203-207.

MIRANDA F., CABALLERO R., GOMEZ M. N. G. et ZAMORANO M. A. M. (1981). « Obediencia a la autoridad », *Psiquis*, *2*, 212-221.

MIXON D. (1972). « Instead of deception », *Journal for the Theory of Social Behavior*, *2*, 145-177.

MODIGLIANI A. et ROCHAT F. (1995). « The role of interaction sequences and timing of resistance in shaping obedience and defiance to authority », *Journal of Social Issues*, *51*, 107-123.

MORGAN C., LOCKARD J., FAHRENBRUGH C. et SMITH J. (1975). « Hitch-hiking : Social signals at a distance », *Bulletin of the Psychonomic Society*, *5*, 459-461.

MORIARTY T. (1975). « Crime, commitment and the responsive bystander : Two field experiments », *Journal of Personality and Social Psychology*, *31*, 370-376.

MORRIS D. (1973). *Intimate Behavior*, New York, Bantam Books.

MOTES W. et WOODSIDE A. (1979). « Influence of low-balling on buyer's compliance », *The Journal of Psychology*, *101*, 219-221.

MOWEN J. et CIALDINI R. (1980). « On implementing the door-in-the-face compliance technique in a business context », *Journal of Marketing Research*, *17*, 253-258.

NANNBERG J. et HANSEN C. (1994). « Post-compliance touch : An incentive for task performance », *The Journal of Social Psychology*, *134*, 301-307.

NISSANI M. (1990). « A cognitive reinterpretation of Stanley Milgram's observations on obedience to authority », *American Psychologist*, *45*, 1384-1385.

O'KEFFE D. (2001). « An odds-ration-based meta-analysis of research on the door-in-the-face influence strategy », *Communication Reports*, *14*, 31-38.

O'KEFFE D. et FIGGE M. (1997). « A guilt-based explanation of the door-in-the-face influence strategy », *Human Communication Research*, *24*, 64-81.

O'KEEFE D. et HALE S. (1998). « The door-in-the-face influence strategy : A random-effects meta-analytic review », *in* M. Roloff (éd.), *Communication Yearbook 21*, Thousand Oaks, Sage, 1-33.

O'LEARY C., WILLIS F. et TOMICH E. (1970). « Conformity under deceptive and non-deceptives techniques », *Sociological Quaterly*, *11*, 87-93.

OLLIVIER G. et RUELLAN P. (1993). *Efficacité comparée de deux stratégies psychosociales dans le cadre de la réinsertion professionnelle*, mémoire de maîtrise, sous la direction de F. Le Poultier, non publié, LAUREPS, université de Rennes 2.

OTTA E. (1998). « Sex differences over age groups in self-posed smiling in photographs », *Psychological Reports*, *83*, 907-913.

OTTA E., ABROSIO F. et LENEBERG-HOSHINO R. (1996). « Reading a smiling face : Messages conveyed by various forms of smiling », *Perceptual and Motor Skills*, *82*, 1111-1121.

PAGE R. et MOSS M. (1976). « Environmental influences on aggression : The effects of darkness and proximity of victim », *Journal of Applied Social Psychology*, *6*, 126-133.

PANDEY J. (1979). « Effects of benefactor and recipient status on helping behavior », *The Journal of Social Psychology*, *108*, 171-176.

PASCUAL A. et GUÉGUEN N. (2002). « La technique du "Vous êtes libre de…" : induction d'un sentiment de liberté et soumission à une requête ou le paradoxe d'une liberté manipulatrice », *Revue internationale de psychologie sociale*, *15*, 45-82.

PASCUAL A. et GUÉGUEN N. (soumis). « Pied-dans-la-Porte et demande implicite : une quasi réplication de l'expérience d'Uranowitz (1975) », *Revue internationale de psychologie sociale*.

PATCH M. (1986). « The role of source legitimacy in sequential request strategies of compliance », *Personality and Social Psychology Bulletin*, *12*, 199-205.

PATCH M. (1988). « Differential perception of source legitimacy in sequential request strategies », *The Journal of Social Psychology*, *128*, 817-823.

PATCH M., HOANG V. et STAHELSKI A. (1997). « The use of metacommunication in compliance : door-in-the-face and single-request strategies », *The Journal of Social Psychology*, *137*, 88-94.

PATTERSON M., POWELL J. et LENIHAN M. (1986). « Touch, compliance and interpersonal affect », *Journal of Nonverbal Behavior*, *10*, 41-50.

PATTISON J. (1973). « Effects of touch on self-exploration and the therapeutic relationship », *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, *40*, 170-175.

PAULSELL S. et GOLDMAN M. (1984). « The effect of touching different body areas on prosocial behavior », *The Journal of Social Psychology*, *122*, 269-273.

PERRINE R. et HEATHER S. (2000). « Effects of picture and even-a-penny-will-help appeals on anonymous donations to charity », *Psychological Reports*, *86*, 551-559.

PLINER P., HART H., KOHL J. et SAARI D. (1974). « Compliance without pressure : Some further data on the foot-in-the-door technique », *Journal of Experimental Social Psychology, 10*, 17-22.

PODELL G. et KNAPP W. (1969). « The effect of mediation on the perceived firmness of the opponent », *Journal of Conflict Resolution*, *13*, 511-520.

POLLOCK C., SMITH S., KNOWLES E. et BRUCE H. (1998). « Mindfulness limits compliance with the that's-not-all technique », *Personality and Social Psychology Bulletin*, *24*, 1153-1157.

PRICE-DAVIS B. et KNOWLES E. (1999). « A disrupt-then-reframe technique of social influence », *Journal of Personality and Social Psychology, 76,* 192-199.

PRUITT D. et RUBIN J. (1986). *Social conflict : escalation, stalemate and settlement*, New York, Random House.

REEVES R., MACOLINI R. et MARTIN R. (1987). « Legitimizing paltry contributions : on-the-spot vs mail-in-requests », *Journal of Applied Social Psychology*, *17*, 731-738.

REEVES R. et SAUCER P. (1993). « A test of commitment in legitimizing paltry contributions », *Journal of Social Behavior and Personality*, *8*, 537-544.

REGAN D. (1971). « Effects of a favor and liking on compliance », *Journal of Experimental Social Psychology, 7*, 627-639.

REINGEN P. (1977). « Inducing compliance via door-in-the-face and legitimization of paltry contributions », *Psychological Reports*, *41*, 924.

REINGEN P. (1978*a*). « On inducing compliance with requests », *Journal of Marketing Research*, *5*, 96-102.

REINGEN P. (1978*b*). « Inducing compliance with a donation request », *The Journal of Social Psychology, 106*, 281-282.

REINGEN P. et KERNAN J. (1978). « More evidence on interpersonal yielding », *Journal of Marketing Research*, 16, 588-593.

REIS H., MCDOUGAL W., MONESTER C., BERSTEIN S., CLARK K., SEIDL E., FRANCO M., GIOIOSO E., FREEMAN L. et RADOANE K. (1990). « What is smiling is beautiful and good », *European Journal of Social Psychology, 20*, 259-267.

REISCHAUER E. et JANSEN M. (1995). *The Japanese today,* Cambridge, Harvard University Press.

REMLAND M., JONES T. et BRINKMAN H. (1991). « Proxemic and haptic behavior in three european countries », *Journal of Nonverbal Behavior*, *15*, 215-232.

REMLAND M., JONES T. et BRINKMAN H. (1995). « Interpersonal distance, body orientation, and touch : Effects of culture, gender and age », *The Journal of Social Psychology*, *135*, 281-297.

RHOLES W. et RUBLE D. (1984). « Children's understanding of dispositional characteristics of others », *Child Development*, *55*, 550-560.

RIND B. (1996). « Effect of beliefs about weather conditions on tipping », *Journal of Applied Social Psychology, 26*, 137-147.

RIND B. (1997). « Effect of interest arousal on compliance with a request for help », *Basic and Applied Social Psychology, 19*, 49-59.

RIND B. et BENJAMIN D. (1994). « Effects of public image concerns and self-image on compliance », *The Journal of Social Psychology, 134*, 19-25.

RIND B. et BORDIA P. (1996). « Effect on restaurant tipping of male and female servers drawing a happy, smiling face on backs of customers'checks », *Journal of Applied Social Psychology, 26*, 218-225.

ROSS A. (1971). « Effect of increased responsibility on bystander intervention : The presence of children », *Journal of Personality and Social Psychology, 19*, 306-310.

ROTTER J. (1966). « Generalised expectancies for internal versus external control in reinforcement », *Psychological Monographs, 80*, n° 609.

RUBIN J. et BROWN B. (1975). *The social psychology of bargaining and negotiation*, New York, Academic Press.

SAMEROTTE G. et HARRIS M. (1976). « Some factors influencing helping : the effects of a handicap, responsibility, and requesting help », *The Journal of Social Psychology, 98*, 39-45.

SANTOS M., LEVE C. et PRATKANIS A. (1994). « Hey buddy, can you spare seventeen cents ? Mindful persuasion and the pique technique », *Journal of Applied Social Psychology, 24*. 755-764.

SCHARZWALD J., BIZMAN A. et RAZ M. (1983). « The foot-in-the-door paradigm : Effects of second request size on donation probability and donor generosity », *Personality and Social Psychology Bulletin, 9*. 443-450.

SCHIVO S., SHERLOCK B. et WICKLUND G. (1974). « Effect of attire on obtaining directions », *Psychological Reports, 34*, 245-246.

SCHURZ G. (1985). « Experimentelle uberprufung des zusammenhangs zwischem personlichkeitsmerkmalen und der bereitschaft zum destruktiven gehorsam gegenuber autoritäen », *Zeitschrift fur experimentelle und angewandte Psychologie, 32*, 160-177.

SCHWARZ L., JENNINGS K., PETRILLO J. et KIDD R. (1980). « Role of commitments in the decision to stop a theft », *The Journal of Social Psychology, 110*, 183-192.

SCHWARZWALD J., RAZ M. et ZVIBEL M. (1979). « The applicability of the door-in-the-face technique when established behavioral customs exist », *Journal of Applied Social Psychology, 9*, 576-586.

SELIGMAN C., BUSH M. et KIRSCH K. (1976). « Relationship between compliance in the foot-in-the-door paradigm and size of first request », *Journal of Personality and Social Psychology, 33*, 517-720.

SHAFFER D., ROGEL M. et HENDRICK C. (1975). « Intervention in the library : The effect of increased responsibility on bystanders'willingness to prevent a theft », *Journal of Applied Social Psychology, 5*, 303-319.

SHANAB M. et ISONIO S. (1980). « The effects of delay upon compliance with socially undesirable requests in the door-in-the-face paradigm », *Bulletin of the Psychonomic Society, 15*, 76-78.

SHANAB M. et ISONIO S. (1982). « The effects of contrast upon compliance with socially undesirable requests in the foot-in-the-door paradigm », *Bulletin of the Psychonomic Society, 20*, 180-182.

SHANAB M. et O'NEILL P. (1979). « The effects of contrast upon compliance with socially undesirable requests in

the door-in-the-face paradigm », *Canadian Journal of Behavioral Science, 11*, 236-244.

SHANAB M. et O'NEILL P. (1982). « The effects of self-perception and perceptual contrast upon compliance with socially undesirable requests », *Bulletin of the Psychonomic Society, 19*, 279-281.

SHANAB M. et YAHYA K. (1977) « A behavioral study of obedience in children », *Journal of Personality and Social Psychology, 35*, 530-536.

SHANAB M. et YAHYA K. (1978) « A cross-cultural study of obedience », *Bulletin of the Psychonomic Society, 11*, 267-269.

SHERIDAN C. et KING R. (1972). « Obedience to authority with an authentic victim », *Proceedings at the 80th Annual Convention APA*, 165-167.

SHERMAN S. (1980). « On the self-erasing nature of errors of prediction », *Journal of Personality and Social Psychology, 39*, 211-221.

SHUTER R. (1977). « A field study of nonverbal communication in Germany, Italy and the United States », *Communication Monographs, 44*, 298-305.

SILVERTHORNE C., NOREEN C., HUNT T. et ROTA L. (1972). « The effects of tactile stimulation on visual experience », *The Journal of Social Psychology, 88*, 153-154.

SMITH D., GIER J. et WILLIS F. (1982). « Interpersonal touch and compliance with a marketing request », *Basic and Applied Social Psychology, 3*, 35-38.

SNYDER M. et CUNNINGHAM M. (1975). « To comply or not to comply : Testing the self-perception explanation of the "foot-in-the-door" phenomenon », *Journal of Personality and Social Psychology, 31*, 64-67.

SNYDER M., GRETHER J. et KELLER K. (1974). « Staring and compliance : A field experiment on hitch-hiking », *Journal of Applied Social Psychology, 4*, 165-170.

SOLOMON H. et HERMAN L. (1977). « Status symbols and prosocial behavior : The effect of the victim's car on helping », *The Journal of Psychology, 97*, 271-273.

SOLOMON H., ZENER-SOLOMON L., ARNONE M., MAUR B., REDA R. et ROTH E. (1981). « Anonymity and helping », *The Journal of Social Psychology, 113*, 37-43.

SOMMER R. (1967). « Classroom ecology », *Journal of Applied Behavioral Science, 3*, 489-503.

SPITZ R. (1946). « Hospitalism », *The Psychoanalytic Study of the Child, 2*, 113-117.

STAW B. (1976). « Knee-deep in the big muddy : A study of escalating commitment to a chosen course of action », *Organizational Behavior and Human Decision Performance, 16*, 27-44.

STEELE C. (1975). « Name-calling and compliance », *Journal of Personality and Social Psychology, 31*, 361-369.

STEPHEN R. et ZWEIGENHAFT R. (1986). « The effect on tipping of a waitress touching male and female customers », *The Journal of Social Psychology, 126*, 141-142.

STEWARD L. et LUPFER M. (1987). « Touching as teaching : The effect of touch on students'perceptions and performance », *Journal of Applied Social Psychology, 17*, 800-809.

STEWART J. et CANNON D. (1977). « Effects of perpetrator status and bystander commitment on responses to a simulated crime », *Journal of*

Police Science and Administration, 5, 318-323.

STILLMAN J. et HENSLEY W. (1980). « She wore a flower in a hair : The effect of ornementation on nonverbal communication », *Journal of Applied Communication Research, 1*, 31-39.

STIMPSON D. et WARANUSUNTIKULE S. (1987). « Mediating effects of material payment, social reinforcement, and familiarity on foot-in-the-door phenomena in Thailand », *The Journal of Psychology, 121*, 515-520.

STOCKWELL S. et DYE A. (1980). « Effects of counselor touch on counseling outcome », *Journal of Counseling Psychology, 27*, 443-446.

STONE G. (1954). « City shoppers and urban identification : Observations on the social psychology of city life », *American Journal of Sociology, 60*, 36-45.

STORRS D. et KLEINKE C. (1990). « Evaluation of high and equal status male and female touchers », *Journal of Nonverbal Behavior, 14*, 87-95.

STRACK F., MARTIN L. et STEPPER S. (1988). « Inhibiting and facilitating conditions of the human smile : A nonobstrusive test of the facial feedback hypothesis », *Journal of Personality and Social Psychology, 54*, 768-777.

STRENTA A. et DEJONG W. (1981). « Effects of a prosocial label on helping behavior », *Social Psychology Quarterly, 44*, 142-147.

STRICKLAND B. (1977). « Internal-external control of reinforcement », *in* T. Blass (éd.), *Personality variables in social behavior*, Hillsdale, Erlbaum, 219-280.

SUEDFELD P., BOCHNER S. et MATAS C. (1971). « Petitionner's attire and petition signing by peace demonstrators : A field experiment on reference group similarity », *Journal of Applied Social Psychology, 1*, 278-283.

SUMMERHAYES D. et SUCHNER R. (1978). « Power implications of touch in male-female relationships », *Sex Roles, 4*, 103-110.

SWANSON E., SHERMAN M. et SHERMAN N. (1982). « Anxiety an the foot-in-the-door effect », *The Journal of Social Psychology, 118*, 269-275.

SWINYARD W. et RAY M. (1979). « Effects of praise and small requests on receptivity to direct-mail appeals », *The Journal of Social Psychology, 108*, 177-184.

TAKEMURA K. (1993). « The effect of interpersonal sentiments on behavioral intention of helping behavior among japanese students », *The Journal of Social Psychology, 133*, 675-681.

TAYLOR R., MESSICK D., LEHMAN G. et HIRSCH J. (1982). « Sex, dependency, and helping behavior », *The Journal of Social Psychology, 118*, 59-65.

TAYLOR T. et BOOTH-BUTTERFIELD S. (1993). « Getting a foot-in-the-door with drinking and driving : A field study of healthy influence », *Communication Research Reports, 10*, 95-101.

THAYER S. (1969). « The effect of interpersonal looking duration on dominance judgements », *The Journal of Social Psychology, 79*, 285-286.

TIDD K. et LOCKARD J. (1978). « Monetary signifiance of the affiliative smile : A case of reciprocal altruism », *Bulletin of the Psychonomic Society, 11*, 344-346.

TYBOUT A. (1978). « Relative effectiveness of three behavioral influence strategies as supplements to persuasion in a marketing context », *Journal of Marketing Research, 15*, 229-242.

URANOWITZ S. (1975). « Helping and self-attributions : A field experiment », *Journal of Personality and Social Psychology*, *31*, 852-854.

VALENTINE M. (1980). « The attenuating influence of gaze upon the bystander intervention effect », *The Journal of Social Psychology*, *11*, 197-203.

WALSH D. et HEWITT J. (1985). « Giving men the come-on : Effect of eye contact and smiling in a bar environment », *Perceptual and Motor Skills*, *61*, 873-874.

WANG T. et KATZEV R. (1990). « Group commitment and resources conservation : Two field experiments on promoting recycling », *Journal of Applied Social Psychology*, *20*, 265-275.

WANG T., BROWNSTEIN R. et KATZEV R. (1989). « Promoting charitable behaviour with compliance techniques », *Applied Psychology : An International Review*, *38*, 165-183.

WEGNER D. et CRANO W. (1975). « Racial factors in helping behavior : An unobstrusive field experiment », *Journal of Personality and Social Psychology*, *32*, 901-905.

WEINER B. (1980). « A cognitive (attribution)-emotion-action model of motivated behavior : An analysis of judgements of help-giving », *Journal of Personality and Social Psychology*, *39*, 186-200.

WEISS S. (1990). « Effects of differential touch on nervous system arousal of patients recovering from cardiac disease », *Heart et Lung*, *19*, 474-480.

WEYANT J. (1978). « Effects of mood states, costs, and benefits of helping », *Journal of Personality and Social Psychology*, *36*, 1169-1176.

WEYANT J. (1996). « Application of compliance techniques to direct-mail requests for charitable donations », *Psychology et Marketing*, *13*, 157-170.

WHELDALL K., BEVAN K. et SHORTALL K. (1986). « A touch of reinforcement : The effects of contingent teacher touch on the classroom behaviour of young children », *Educational Review*, *38*, 207-216.

WHITCHER S. et FISHER J. (1979). « Multidimensional reaction to therapeutic touch in a hospital setting », *Journal of Personality and Social Psychology*, *37*, 87-96.

WILLIS F. et DODDS R. (1998). « Age, relationship, and touch initiation », *The Journal of Social Psychology*, *138*, 115-123.

WYCOFF E. et HOLLEY J. (1990). « Effects of flight attendants "touch upon airline passengers" perceptions of the attendant and the airline », *Perceptual and Motor Skills*, *71*, 932-934.

ZARTMAN W. et TOUVAL S. (1985). « International mediation : Conflict resolution and power politics », *Journal of Social Issues*, *41*, 27-46.

ZIMBARDO P. (1974). « On "obedience to authority" », *American-Psychologist* ; *29*, 566-567.

ZUCKERMAN M., LAZZARO M. et WALDGEIR D. (1979). « Undermining effects of the foot-in-the-door technique with extrinsic rewards », *Journal of Applied Social Psychology*, *9*, 292-296.

48835 – (III) – (1) – OSB 80° – STY – ABS

Achevé d'imprimer sur les presses de
SNEL Grafics sa
Z.I. des Hauts-Sarts - Zone 3
Rue Fond des Fourches 21 – B-4041 Vottem (Herstal)
Tél +32(0)4 344 65 60 - Fax +32(0)4 289 99 61
février 2007 – 41179

Dépôt légal : janvier 2006, suite du tirage : mars 2007
Dépôt légal 1re édition : novembre 2002

Imprimé en Belgique

PSYCHO SUP



Nicolas Guéguen

PSYCHOLOGIE DE LA MANIPULATION ET DE LA SOUMISSION

Il existe un nombre important de facteurs qui nous environnent, de situations qui nous influencent et de techniques de manipulation qui peuvent nous conduire à nous inciter à faire ce que nous ne ferions pas spontanément. Parfois utilisés consciemment ou inconsciemment par les autres mais aussi par nous-mêmes, ces facteurs d'influence peuvent nous mener très loin dans l'horreur comme dans le don de soi.

Cet ouvrage se propose de recenser la littérature sur les procédures de manipulation et de soumission qui ont fait l'objet de travaux scientifiques en psychologie sociale depuis près de 80 ans. Il explique également par quels mécanismes psychologiques nous pouvons être amenés à nous soumettre à autrui : sont étudiés l'effet d'une autorité non coercitive puis les mécanismes de soumission sans pression qui nous conduisent, en toute liberté, à nous soumettre à la requête de quelqu'un que nous ne connaissons pas. Enfin, dans une dernière partie, est évoqué le pouvoir d'influence que peuvent posséder de simples mots ou des comportements anodins.

Cet ouvrage, principalement destiné aux étudiants de psychologie, les aidera à comprendre comment nous sommes amenés, parfois, à agir contre notre gré et comment nous pouvons, sans le vouloir, manipuler autrui. Il devrait également éclairer les étudiants des filières commerciales, marketing et ressources humaines sur la façon dont les institutions, les parents et même des personnes qui nous sont inconnues parviennent à nous influencer.

NICOLAS GUÉGUEN

Professeur de psychologie sociale et cognitive à l'université de Bretagne-Sud, il dirige le laboratoire GRESICO de cette même université. Il est l'auteur de *Statistique pour Psychologues. Cours et exercices* publié chez le même éditeur.



ISBN 2 10 048835 X

www.dunod.com

DUNOD